

BUENAS PRÁCTICAS
CASOS Y EJEMPLOS DE
ORGANIZACIONES DE DESARROLLO SOCIAL VENEZOLANAS
EN LA OBTENCIÓN DE RECURSOS

Solicitar fondos no es buscar plata, es permitir a una persona (donante-inversionista social) que, con su aporte (dinero, bienes, servicio, tiempo) pueda compartir el placer de llevar a cabo un proyecto de bien común en beneficio de una determinada comunidad.

Carmen Cecilia de Mayz
Caracas, 2007

CONTENIDO

1. Nota Metodológica
2. Introducción
3. Premisas
4. Tipos de Aportes
 - a. Financieros
 - i. Autogestión:
 1. Prestación de Servicios con cobro.
 2. Talleres y cursos de capacitación.
 3. Gerencia de comercios/mini empresas.
 - ii. Apoyo de miembros, amigos y afiliados
 - iii. Subsidio
 - iv. Comercialización de productos registrados
 - v. Afiliación a instituciones financieras
 - vi. Ingresos provenientes de capital dotal/fundacional.
 - vii. Alianzas con empresas comerciales
 - b. No Financieros
5. Motivación
6. Introducción al Mercadeo en ODS.
7. Técnicas de Recaudación
8. Agradecimiento y Seguimiento
9. Bibliografía

1. NOTA METODOLOGICA

Los ejemplos y casos presentados en esta publicación fueron seleccionados, después de un análisis detallado de Organizaciones de Desarrollo Social venezolanas que ejecutan *fund raising* de forma organizada y planificada, y a través de un mapa muestral de categorías mixtas, dado que no aplican una única modalidad de recaudación, sino que por el contrario utilizan las más diversas herramientas con creatividad y reconocen y agradecen privada y públicamente a sus donantes. Son experiencias que pueden ser replicadas.

Después de elaborado el mapa, se realizaron las invitaciones para participar voluntariamente en la investigación, las organizaciones que respondieron afirmativamente están incorporadas en los ejemplos y casos.

Los factores que sirvieron de criterio para establecer las categorías de escogencia de las ODS que fueron invitadas para aparecer en esta publicación son:

- El respaldo de una Junta Directiva que esta comprometida con la misión institucional y que ayuda a que funcionen bajo normas de un gobierno corporativo institucional el cual se basa en principios y valores éticos.
- A pesar de no ser empresas lucrativas tienen una gerencia profesional, lo que no significa títulos universitarios de tercer nivel, sino dedicación formal y metódica en sus actividades.
- Están totalmente focalizadas en la misión y sus objetivos son claros y precisos lo que les permite ofrecer informes anuales transparentes (*accountability*) a la sociedad.
- Las ejecutorias de *fund raising* se focalizan en y se guían por la misión, y aplicando estrategias de mercadeo.
- Han sido capaces de formular propuestas respaldadas por un proyecto que se inserta dentro de la política institucional con el fin de lograr un impacto en el grupo humano para el cual trabaja la ODS.
- Ofrecen la oportunidad de colaborar a diversos públicos.
- Organizaciones que han sido capaces de estructurar convenios de diversa índole:
 - Redes, están adscritas a una red nacional o internacional, con otras organizaciones del tercer sector y entes públicos.
 - Alianzas “ganar-ganar” con organizaciones lucrativas y empresas privadas y publicas, con organizaciones de segundo piso que apoyan las iniciativas y fortalecen la labor de las ODS.

Los casos son variados en cuanto a las áreas de trabajo de las ODS: educación, salud, niñ@s en situación de riesgo, población indígena, ambiente y recreación.

2. INTRODUCCION

Las organizaciones de desarrollo social (ODS) están integradas por entes sin fines de lucro, organizaciones no gubernamentales y fundaciones de desarrollo social y cultural que llevan a cabo actividades de planificación, de ejecución y de operaciones administrativas que le permitan financiar sus programas.

No son empresas lucrativas que generan ganancias para repartir entre accionistas, pero tampoco deben generar pérdidas.

No es una dependencia del estado que depende de un presupuesto nacional, aunque es prestataria de un servicio de bien público.

Requiere recursos para cancelar sueldos y salarios, para la consecución de su misión y para sufragar los gastos administrativos propios.

Aunque el servicio a la comunidad es el objetivo último de una ODS, ello no implica que se vea obligada a atender a toda la población, como lo serán los organismos del estado. Una ODS, generalmente atiende a un grupo específico de la población, a quien se le conoce como beneficiarios directos, dado que atienden a grupos específicos; por lo que el colectivo que se beneficia suele ser menor que el atendido por el servicio público.

Las siguientes características están presentes en las ODS:

- a) Constituidas al amparo de las leyes respectivas.
- b) Tienen finalidad pública.
- c) Su acta constitutiva y estatutos prohíben la búsqueda de intereses propios y obtención de beneficios económicos para su directiva.
- d) Generalmente reciben beneficios impositivos de los gobiernos por lo cual. Las donaciones recibidas son deducibles del pago de impuestos.
- e) Para cumplir y ampliar su misión realizan actividades de recaudación (*fund raising*).

Fund Raising:

La recolección de fondos consiste en la búsqueda efectiva de aportes que contribuyan a sufragar los gastos corrientes, programas y proyectos de una organización sin fines de lucro.

Principios del *Fund Raising*:

- Los aportes no son dádivas son instrumentos para lograr metas medibles.
- La ayuda esta condicionada a un logro de viabilidad.
- Las organizaciones deben ganarse el apoyo.
- La recolección de fondos exitosas no se da por arte de magia.
- No es solamente obtención de dinero es hacerse de amigos.
- No espere un momento oportuno: planifique y pida.
- Necesita tiempo, paciencia y requiere planeamiento.
- Trate a los contribuyentes como a clientes fieles de un negocio.

A continuación un artículo aparecido el 30 de noviembre de 2004 en la página Web: mipunto.com <http://www.mipunto.com/> que define el concepto de *Fund Raising*:

Fund raising, un arte detrás de la captación de financiamiento

Cada vez es más usual observar la formación de personal especializado y la conformación de empresas para la captación de recursos de organizaciones, transformándose en una alternativa para profesionales que se desenvuelven en proyectos para el desarrollo.

La tendencia a la profesionalización en la captación de recursos para Organizaciones No Gubernamentales y pequeñas empresas forman parte de la filosofía de trabajo que en la actualidad maneja se maneja con el Fund raising, y no es más que la captación de recursos para dar vida o fortalecer proyectos a proyectos de desarrollo.

No obstante, esta práctica va más allá de la simple captación de recursos “vía carta”, a los que se está acostumbrado y se aproxima a un alto perfil de profesionalización del personal con alta capacidad de lobby, marketing, comunicaciones, entre otros. De allí que especialmente en España, existan empresas pequeñas constituidas para ver esta área como un nicho de negocios, donde cada vez las personas especializadas cuentan.

Daryl Upsall, es uno de los expertos en la materia en el área internacional y desde la Fundación que dirige en Barcelona- España parte de una serie consejos para las instituciones captadoras de fondos entre los que destaca “enamorarse” de la organización a la cual representan. Esto va desde conocer los programas así como los beneficios del mismo.

“Como captadores de fondos, tienes que conocer los detalles y las historias. Necesitas ambas cosas, una visión amplia e información anecdótica. Debes saber la historia de la organización y diseñar para el futuro”, expresa en un comentario de su página Web.

Distingue además la necesidad de la organización de emitir de manera precisa el mensaje de la razón de ser de la petición. “La razón por la que pedimos pueden ser tan cortos como un

párrafo, tan creativos como un vídeo o tan detallados como un discurso, tanto un folleto a todo color de 40 páginas como un mail publicado por uno mismo de un solo color. Sea cual sea la forma que la razón de la petición adopte, debe transmitir pasión”.

En este sentido el experto señala la necesidad de cuidar los mensajes “Los captadores de fondos deben saber cómo escribir una nota de agradecimiento que no parezca que haya sido redactada por una máquina y preparar rápidamente una carta que exponga la razón de la petición. Tiene que realizar sus trabajos escritos de forma rápida y éstos deben poseer un toque personal. Deben ser informales, simpáticos y agradecidos”.

Las donaciones vistas en la actualidad tienden a fortalecer esquemas de desarrollo y propuestas de organizaciones que necesitan de recursos para potenciar proyectos, de allí que las donaciones tienen un proceso de negociación que debe ser cerrada con éxito y también debe ser visto como un proceso de ganar-ganar.

“Cerrar una donación es, en parte un arte, en parte una ciencia., opina- es evidente que depende de quién la pide, a qué causa va destinada y de cuánto se trata. Cerrar una donación consiste en poner un cheque en el correo, una tarjeta de crédito en una página Web o conseguir que un donante de alta cantidad realice una aportación considerable para una campaña destacada”.

Y un aspecto esencial es el agradecimiento a los donantes. “No es fácil convencer a un donante cada vez de que su aportación es fundamental e implica habilidad, pero es de vital importancia. La donación constituye el comienzo de la relación, no el final. Independientemente de si obtienes colaboración a través de una página Web o en persona, debes saber cómo agradecerle y concienciarle una y otra vez. Volverá a ti de muchas formas”.

3. PREMISAS

Los siguientes conceptos se consideran básicos y deben guiar toda la planificación y la acción de la recaudación con el objetivo de lograr las metas de la ODS:

- Los programas retadores, exitosos, son los financiados. No se apoyan instituciones que están a punto de cerrar o que inspiren lástima. Los donantes se unen a propuestas ganadoras.
- No es mendigar, es ofrecer una inversión.
- La institución solicitante debe demostrar seriedad, buena gerencia, cultura corporativa, excelente imagen y resultados comprobados. Se apuesta al éxito.
- *“People give to people”*; la mejor campaña consiste en que una persona le solicite a otra persona, una persona que ya ha contribuido tiene mas autoridad para invitar a otra a apoyar; una persona informada y entrenada es la más adecuada a otra persona adecuada en el momento preciso.
- Las donaciones se cultivan, se trabajan, se enamora al potencial donante. Requiere esfuerzo, creatividad, paciencia y dinero. Hay que invertir dinero para conseguir dinero *“You gave to invest money to get money”*

Ejemplo:

Cuadro indicativo de la inversión que hace la Fundación contra la Parálisis Infantil para la Campaña Pública Bingo de la Bondad y los ingresos del mismo programa de recaudación:

| AÑO | INGRESOS | EGRESOS |
|------|-----------------|-----------------|
| 2005 | Bs. 748.206.000 | Bs. 156.542.000 |
| 2006 | Bs. 556.756.000 | Bs. 475.141.000 |

- Las donaciones son para completar el presupuesto de un proyecto, nunca para iniciar ni para cubrir todos los gastos.

Existen una serie de barreras y errores que impiden el desarrollo de programas de recaudación. Estos deben tenerse en cuenta y enfrentarlos directamente. La mayor barrera es el miedo al rechazo; es una realidad que se debe aceptar y enfrentar. Es de destacar que la respuesta positiva a solicitudes es minoritaria, inclusive en sociedad con cultura filantrópica.

Adicionalmente se consideran barreras las crisis económicas, financieras o sociales y cuando la causa no motiva, no es aceptada y la solución no es bien presentada.

4. TIPOS DE APORTES

Con el fin de lograr sus metas y reducir la dependencia exclusiva de donaciones las ODS llevan a cabo otras actividades para obtener aportes:

A. FINANCIEROS

1. Autogestión.

1.1. Prestación de servicios con cobro

Se define como una colaboración del usuario o cancelación de una tarifa reconociendo la experticia, experiencia y calidad del servicio prestado. En el área de salud se pueden ofrecer consultas a un precio solidario con una atención de calidad, ejercida por profesionales especializados, con la finalidad de prestar servicio a pacientes de escasos recursos.

Ejemplo

- Centro de Salud Santa Inés, Parque Social Manuel Aguirre de la Universidad Católica Andrés Bello. Tiene como misión la promoción de la salud, a través de la prestación de atención médica ambulatoria, preventiva y curativa, desarrollando un modelo eficiente de servicio público y gestión privada, de alta calidad y sin fines de lucro.

Para la dotación de equipos lleva a cabo otras actividades de recaudación:

- La apertura de la primera unidad de gastroenterología video endoscopia fue posible gracias al apoyo de la Embajada de Japón, ente que donó 70 mil dólares para la adquisición de equipos como endoscopios, monitores de televisión y equipos de video, los cuales se utilizarán para el diagnóstico de diversas enfermedades gastrointestinales, entre otras.
- El dispensario ofrece una unidad de Tomografía, con aportes realizados por la Alcaldía de Caracas.

1.2. Capacitación y formación

Se dictan talleres y cursos diversos. En algunas ocasiones los temas están vinculados directamente con la misión institucional o con el objetivo del proyecto que se va a financiar. Otras veces están determinados según la tendencia del momento, formación en actividades diversas, organizando cursos de cocina, costura y jardinería.

Enfrentar un diagnóstico y tratamiento de cáncer de mama para una religiosa dedicada a la docencia y al cuidado de enfermos, primero en Villa de Cura, luego en Maracaibo y finalmente en Mérida donde reside actualmente, fue una prueba de amor divino.

La primera aproximación a la enfermedad, fue en un viaje a Maracaibo, a donde se le había asignado la misión de llevar un libro de contabilidad, medianamente pesado, que al levantarlo, sintió un dolor en el pecho y se tocó una pelota en el lado izquierdo.

Eso fue hace 16 años. De inmediato la remitieron a un chequeo médico que dio el resultado positivo. Nunca antes se había hecho una mamografía. La operaron en la clínica Metropolitana de Caracas. Para el momento de la intervención quirúrgica tenía 58 años.

No fue sometida a quimioterapia ni a radioterapia. Se le recetó por un mes primero una tableta de Tamoxifen, se le repitió por tres meses y se le extendió por tres años, hasta que se le suspendió porque había cedido el mal.

- *Yo sentí que el amor de Dios hacia mi, me había curado. Y constantemente me repetía: Dios me ama, Dios me quiere.*

Por cierto, que nuestra entrevistada, la hermana Rosa María, vive en la residencia de las Hermanas Catequistas de Nuestra Señora de Lourdes en la ciudad de Mérida. En estos momentos tiene 74 años cumplidos y realiza tareas propias del convento, da la comunión a los enfermos del lugar, para lo cual tiene que hacer largas caminatas en rutas pendientes propias de los Andes venezolanos. Pero no se queja, asegura que la tarea es difícil porque no tienen vehículo automotor, pero que eso no le imposibilita visitar a los enfermos y otras personas necesitadas.

- *Mi congregación es muy pobre. Los colegios nuestros carecen de muchas cosas, incluyendo alimentos esenciales. Estamos a la caridad de la gente. Pero eso no nos detiene sino que nos impulsa a seguir adelante.*

La Hermana Rosa María

SenosAyuda es una fundación dedicada a la lucha contra el cáncer de mama mediante la realización de actividades de información y educación dirigidas a diversos públicos, así como también apoyan y fortalecen el trabajo en redes entre organizaciones dedicadas a la misma causa.

PROGRAMA SENOSINFORMA

Uno de sus programas de auto gestión es el Programa Senosinforma, que consiste en ofrecer charlas corporativas para educar en las formas de detección temprana del cáncer de mama con una tarifa solidaria.

Objetivo:

Educar sobre métodos de prevención del cáncer de mama

Población Beneficiada:

Personal de las empresas contratantes de SenosAyuda y sus familiares.

Estrategia de Mercadeo:

Con el fin de dar a conocer el programa, SenosAyuda hace un contacto directo con gerentes de mercadeo o recursos humanos de empresas para ofrecer la oportunidad de dar la charla informativa en su sede, sea en Caracas o en cualquier ciudad de Venezuela. El único requisito que se exige a las empresas es un mínimo de asistencia de 30 personas y un video beam. Al manifestar interés empresarial, se envía una presentación digital del programa que indica claramente el objetivo:

| Charla: “ABC del cáncer de mama- 90 minutos” | |
|---|---|
| <u>Objetivo</u> | <ul style="list-style-type: none">• Informar al público adulto sobre el cáncer de mama en todos sus aspectos.• Crear conciencia a través de los testimoniales al mayor número de personas.• Disipar los temores tradicionales y motivar a la mujer a practicarse el auto examen, mamografía y otros exámenes médicos. |
| <u>Metodología</u> | <p>Charla educativa general de contenido científico y testimonial, dirigida a una audiencia mínima de 30 adultos e impartida por:</p> <ul style="list-style-type: none">•Una voluntaria entrenada,•Médico especialista•Un testimonial de una sobreviviente <p>Resaltando la importancia de los tres aliados: auto examen, mamografía y examen médico. Cuentan con material de apoyo para practicarse el auto examen e identificar nódulos y/o anomalías. Se entrega material impreso informativo.</p> |
| <u>Costo</u> | Mínimo 2.000.000 Bs. para un mínimo 30 participantes |

La empresa interesada contrata a SenosAyuda para este servicio, por el cual cancelan un monto pre establecido.

Cada charla es ejecutada por un médico especialista, acompañado de una paciente como testimonio y de una voluntaria entrenada. La información se ofrece mediante un video, charlas se dan a conocer los tres aliados de la detección temprana: el auto examen, utilizando como recurso didáctico mamas de silicona, la mamografía y el examen clínico. Se deja material informativo impreso para los asistentes y familiares.

Resultados de este programa:

| | | |
|------------|---------------------------|------------------------------|
| Periodo | # de charlas corporativas | Monto cancelado por empresas |
| Ene-Jul 07 | 16 | Bs. 27.500.000 |

1.3. Gerencian empresas (comerciales- recreativas)

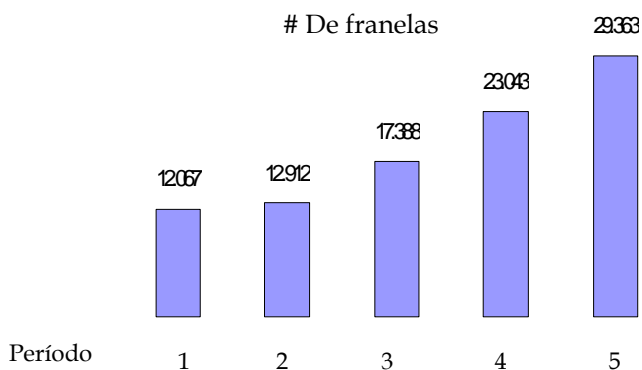
Con el fin de obtener ganancias, vendiendo directamente a un publico que se beneficia por los diversos productos propios de la organización y/o mercancía general identificada con la ODS que puede ser adquirida por cualquier persona.

Ejemplo:

1. Tiendas propias de las organizaciones que funcionan en su(s) sedes.

| ODS | VENTA |
|---|---|
| Acción Solidaria Funda Farmacia | Medicamentos |
| Fundación Biggot en Petare. También ejecutan la modalidad anterior, colocando sus discos y publicaciones en comercios. | CDS de música venezolana, la revista Biggot, libros publicados por la Fundación, agendas y libretas de diversos tamaños. |
| SenosAyuda Programa SenoShop | Pelucas, prótesis en brassieres. Fanelas intervenida por artistas plásticos. Pañuelos y bufandas diseñados por Durant & Diego elaborados en fino chifón con el logo de la Fundación en tonos morados y rosados. |

Auto gestión : Venta con Logos/ *merchandising*



1.2. Gerencia de un Campamento

CASO ASOCIACION GUIAS SCOUTS DE VENEZUELA

Programa Campo Escuela Kath Phelps (Campamento Curupao)

Con la misión de ayudar a las niñas y jóvenes a que desarrollen su máximo potencial como ciudadanas del mundo, la Asociación de Guías Scouts en Venezuela ha desarrollado un programa de educación no formal que coadyuva en la formación de líderes con espíritu de trabajo en equipo, principios y valores democráticos y conciencia ambiental. El campamento es el lugar más apropiado para impulsar la obra socio-educativa, es por ello que se ha fortalecido el Campo Escuela Kath Phelps, ubicado en el Parque Nacional El Ávila, en Curupao, Estado Miranda.

Para lograr un campamento moderno, con adecuadas instalaciones, se llevan a cabo varias actividades de *Fund Raising*, entre las cuales la autogestión se destaca pues será la modalidad que permitirá el mantenimiento y desarrollo del campamento:

Es por ello que el Campo Escuela Kath Phelps en Curupao, ha abierto sus instalaciones al uso del público cancelando una tarifa solidaria, para campamentos de fines de semana y día de campo.

Se fortaleció la gerencia del campamento con el nombramiento de un profesional al que con un plan de mercadeo directo, afianzó con el uso de las instalaciones durante fines de semana y para visitas diarias, en especial para alumn@s de escuelas privadas y públicas y niñ@s de casas hogares del área metropolitana.

Las visitas diarias están enmarcadas dentro del programa ***Encuentro con la Naturaleza***, poniendo en práctica el Día Típico, que integra

- Charla dinámica para niños pequeños, que a través de medios audiovisuales se les enseña con documentales temas de impacto ambiental que sufre el mundo debido al maltrato y desconocimiento de cómo conservar el ambiente, y la transformación ecológica que sufre el contexto, por la intromisión del hombre y por los cambios climáticos).
- Excursión por un sendero ecológico ó sendero de interpretación de la naturaleza donde los visitantes (los niños) son expuestos a experiencias cognitivas sobre el medio que visitan.
- Programa Recreacional:
 - a. Baño de piscina ó en el río
 - b. Juego ecológicos que entretiene y aprenden sobre la naturaleza y su ambiente
 - Entrega de textos y diplomas con la constancia de recibieron un día de experiencia del conocimiento de la naturaleza y su conservación.

Como resultado de esta apertura y de la oferta del programa de visitas, de poner en práctica otros programas de auto gestión: Cursos de Orquídeas, Bromelias y de cocina de organizar

una tarde de juegos y participar con un stand en el Bazar Wizo, se ha logrado el siguiente resultado en los últimos años:

| Año | facturación del campamento | Cursos de Jardinería | Cursos de cocina | Canastón | Bazar Wizo |
|--------------------|----------------------------|----------------------|------------------|-----------|------------|
| 2005 | | 1.820.000 | 1.260.000 | 5.341.879 | 992.000 |
| 2006 | 9.177.450 | 5.050.000 | 1.040.000 | | 1.240.000 |
| 2007 (hasta 31-07) | 16.052.809 | | | 6.660.000 | 1.176.000 |

2. Apoyo de miembros, amigos y afiliados:

Un grupo de personas afiliadas a la ODS colaboran para el mantenimiento de un proyecto específico o para el uso general de la organización. El aporte puede lograrse de personas naturales o de personas jurídicas y puede ser recaudado mediante una mensualidad o anualidad, solicitada por escrito. Hay otras experiencias adicionales para lograr aportes de estas personas relacionadas con la institución, entre los cuales se ejemplarizaran algunos, en el apartado Eventos.

CASO FUNDACION VENEZOLANA CONTRA LA PARALISIS INFANTIL-HOSPITAL ORTOPÉDICO INFANTIL -1

La FUNDACIÓN VENEZOLANA CONTRA LA PARÁLISIS INFANTIL es una institución privada sin fines de lucro, con más de 60 años de trayectoria, cuya misión es recaudar fondos para contribuir a cubrir las actividades médico asistenciales del HOSPITAL ORTOPÉDICO INFANTIL en beneficio de la población infantil de limitados recursos económicos afectados por problemas osteomusculares.

Programa de Patrocinio de Camas

Motivación hacia los Amigos y Patrocinadores del programa:

El futuro y el progreso de estos niños es nuestro compromiso, y el mismo es posible gracias al apoyo que recibimos de todos los que se han sumado a la tarea de ayudarlos a ser útiles. Usted puede ser una de las muchas personas que con su colaboración puede contribuir a que cada vez sean más los niños a los que podamos brindarles tratamientos médico-quirúrgicos.

Objetivo:

Patrocinar la estadía de un niño en el hospital de personas naturales, empresas para cubrir los costos de los tratamientos médico-quirúrgicos de los pacientes carentes de recursos económicos, pertenecientes a los estratos más desasistidos de la población que padecen problemas locomotores y neuro musculares.

Metodología de acercamiento a donantes amigos:

Cartas firmadas a mano y en la mayoría de las veces con notitas personalizadas.

Modelo de carta a persona natural:

Caracas, XXXXXXXXX

Señor:

XXXXXXX

Presente

Estimado XXXX:

ELLOS SON NUESTRA RAZON DE SER... Endy, Yuscleidys y Angelo reciben tratamiento en el Hospital Ortopédico Infantil, cada uno, con diferentes patologías representan un reto para nuestra institución. Desde que nacieron han luchado con su enfermedad pero hoy gracias a los tratamientos médico-quirúrgicos que han recibido por parte de un equipo de profesionales altamente especializados del Hospital, han evolucionado satisfactoriamente llevando una vida como cualquier otro niño normal, permitiéndole inclusive, a uno de ellos, **caminar por su propia cuenta.**

La Fundación Venezolana Contra la Parálisis Infantil, atendió durante el año 2005 a 157.569 pacientes, muchos de los cuales recibieron tratamientos médico quirúrgicos gracias al programa Patrocinio de Camas.

Ello fue posible gracias a personas como usted, Señor XXXX, que conscientes de las necesidades de nuestra población, contribuyen de manera desinteresada a mejorar la calidad de vida a estos niños.

Nuestro reto continúa, el Hospital sigue creciendo y cada vez más los pacientes que acuden a nuestra consulta en busca de tratamientos muy especializados, es por ello, que nos dirigimos a usted para solicitarle su apoyo el cual se destinará a los programas médico-asistenciales de estos pacientes carentes de recursos.

Anexo encontrará una planilla con las diferentes maneras de colaborar y recuerde un pequeño esfuerzo de todos hace grandes a estos niños cuya única esperanza es llegar algún día a ser independientes.

Agradeciéndole de antemano su colaboración, se suscribe,

Directora Ejecutiva (firma a mano individual y en color azul)

Modelo de carta de agradecimiento a donante- persona jurídica- por haber participado en Programa

Caracas, xx de xxxxx de 2006

Señor
Empresa xxxx

Estimado señor:

Por medio de la presente quisiéramos agradecerles el aporte de Bs. XXXX otorgado recientemente a la Fundación Venezolana contra la Parálisis Infantil, el cual será destinado a los programas médico-asistenciales de pacientes carentes de recursos económicos y que acuden al Hospital Ortopédico Infantil.

Durante el año 2005 el Hospital atendió 157.569 pacientes y ello fue posible gracias al apoyo de empresas como XXXXX, que contribuyen de manera desinteresada a que podamos continuar cumpliendo con nuestra misión.

Agradeciéndoles nuevamente su apoyo, les saluda,

Atentamente,

Directora Ejecutiva (firma a mano individual y en color azul)

Resultado de esta Campaña de Patrocinio de Camas:

| Año | Monto en Bs. |
|------|--------------|
| 2005 | 209.945.785 |
| 2006 | 325.590.804 |

CASO FUNDACION TRICOLOR

PROGRAMA UNA MANO PARA TUS ESTUDIOS

Objetivos:

Fortalecer a las comunidades colaborando a mejorar su calidad de vida, específicamente la nutrición de los niñ@s beneficiados.

Apadrinar por un tiempo determinado a niñ@s inscrit@s en escuelas que han sido intervenidas por alguno de los Programas de Fundación Tricolor: *Una mano para tu escuela* o *Construye tu biblioteca de aula*.

Población Beneficiada:

Durante los próximos tres años se apoyará a los alumnos de la Escuela Rural en Turgua, Municipio El Hatillo, Estado Miranda.

Donantes- Perfil de potenciales padrinos:

Personas solidarias con la problemática social de los niñ@s en situación de riesgo y motivadas a realizar una inversión social, vinculados con la Cadena Capriles.

Personal profesional, técnico y obrero, y sus familiares, proveedores, clientes y amigos de la Cadena.

Estrategia de Mercadeo: Con el fin de dar a conocer el programa

Publico Interno:

- Establecer y estimular la participación en el programa *Una mano para Tus Estudios*.
- Realizar visitas a diversos departamentos de la Cadena Capriles para motivar a participar en eventos con los niños apadrinados en la Torre.
- Elaborar las cartas de agradecimiento por asistencia a los eventos programados.
- Invitar a colaborar con el programa, según diversas modalidades que se analizaran posteriormente.

Publico Externo:

- Dar a conocer el programa Una Mano para tus Estudios entre proveedores y clientes y entre familiares y amigos de los padrinos de la Cadena Capriles.
- Elaborar las cartas de agradecimiento por respuestas (afirmativas o negativas) a la invitación.

Material de apoyo para informar al público:

- Utilizar el logotipo ya diseñado del Programa Una mano para Tus Estudios de la Fundación Tricolor y los Principios Institucionales en todos los impresos para fortalecer la imagen institucional.
 - Diseñar e imprimir 500 trípticos del folleto.
- Incorporar a la página Web de la Cadena Capriles un pendón dentro de la página con un link para información e inscripción como padrino.
- Enviar información en la intranet a todos los incorporados con testimoniales del Programa y fotos de actividades escolares.

Costos y forma de pago para el año académico 2006-2007:

- 1 NIÑO BECA COMPLETA - 12 MESES- AÑO ESCOLAR (2006- 2007)
 MONTO: Bs. 72.000 Mensuales.
 ANUAL: Bs. 864.000
- 1 NIÑO MEDIA BECA - 12 MESES- AÑO ESCOLAR (2006 – 2007)
 MONTO: Bs. 36.000 Mensuales.
 ANUAL: Bs.432.000.

Para el año escolar 2007-2008, se refuerza con publicidad una modalidad que los empleados de la Cadena han practicado en los últimos dos años: la beca conjunta, una cuya beca es cancelada por varias personas, del mismo departamento, piso u oficina.

La campaña de motivación 2007 incluye el siguiente lema: *Padrinos multiplicados:*

Más opciones para reunir más padrinos :

- | | |
|-----------------------|------------|
| ▪ Beca total mensual: | Bs. 86.400 |
| ▪ Entre dos padrinos: | Bs. 43.200 |
| ▪ ¡Somos Cuatro! | Bs. 21.600 |
| ▪ ¡Entre ocho! | Bs. 10.800 |
| ▪ ¡Diez Podemos! | Bs. 8.600 |

Modelo de Planilla del Programa:

INSCRIPCIÓN PARA PADRINOS 2007-2008

NOMBRES: _____

APELLIDOS: _____

EMPRESA: _____

CEDULA o RIF: _____

DIRECCIÓN: _____

TELÉFONOS: _____

E-MAIL: _____

TIPO de BECA (12 meses) que deseo aportar:

_____ BECA COMPLETA Bs. 86.400,00 Mensuales ó 1.036.800,00 de Contado.

_____ MEDIA BECA Bs. 43.200,00 Mensuales ó 518.400,00 de Contado.

PUEDES HACERNOS LLEGAR TU COLABORACIÓN DE LAS SIGUIENTES MANERAS:

1.- CHEQUE A NOMBRE DE FUNDACIÓN TRICOLOR .RIF: J-31181717-4

Av. Panteón, Torre la Prensa I, Fundación Tricolor, Piso 9. Caracas – Venezuela.

2.- DEPÓSITO EN LA CTA. CTE. DE FUNDACIÓN TRICOLOR.

Nº 0105 0699 98 1699020388 EN EL BCO. MERCANTIL.

Metodología de trabajo de la Fundación Tricolor con los padrinos.

Los padrinos son personas naturales que, a través de la Fundación Tricolor, financiarán los estudios de un niño.

A estos fines, la Fundación Tricolor será la encargada de presentarle al padrino varias hojas de vida de los diferentes niños que viven en las comunidades de la Fila de Turgua y desean optar a este programa. De esta manera, los padrinos podrán escoger el niño o niña al que deseen ayudar. Una vez hecha la selección se hace el aporte mensual, trimestral o anual del monto determinado para cubrir el 50% de los gastos de la matrícula escolar. El restante 50% será cancelado por los alumnos de colegios privados (Instituto Cumbres, Instituto Andes...) y por los padres del niño de Mano Amiga, quienes deben aportar un 20/25%. Así los padres asumen una parte de la responsabilidad en la educación de sus propios hijos.

Los padrinos realizan sus aportes a través de la Fundación Tricolor, la cual será la encargada de llevar al día los pagos y el correcto manejo de cada caso. Los padrinos recibirán por parte de la Fundación Tricolor un reporte trimestral de la escuela sobre el rendimiento de su apadrinado; permitiéndoles así hacerle seguimiento a su contribución.

Los padrinos tendrán la potestad de decidir si desean o no dar a conocer su persona a los niños que apadrinen, de otra manera la Fundación será la que aparezca como representante de los padrinos ante la escuela y los niños.

Los Padrinos en Conjunto, estarán conformados por grupos de personas que trabajan en la Cadena Capriles y que deseen compartir los gastos de la matrícula escolar de un niño entre ellos. Para esto se llevará a cabo el mismo proceso de selección del niño, pagos y reporte trimestral.

Modelo de cartas de:

1. Agradecimiento firmada por el Presidente de la Fundación:

Caracas, 10 de Septiembre de 2007

Xxx

Presente.-

Estimado xxxxxx,

Por medio de la presente deseo agradecerle, en nombre de la Fundación Tricolor, que nos hayas acompañado como parte de nuestro programa de apadrinamiento durante este año escolar 2006-2007.

Sabemos que compartimos con nuestra gente el sentido de responsabilidad social y la importancia de colaborar con aquellos que cuentan con menos recursos, por lo que hemos profundizado nuestro Programa de Apadrinamiento para que más compañeros participen en esta iniciativa.

Deseamos compartir, en primera instancia, con nuestros aliados la nueva campaña y modalidades de apadrinamiento que pondremos en marcha para el próximo año escolar; por lo que te invito a una reunión que realizaremos este *20 de Septiembre*, a las *4:00 p.m.* en el Salón de Usos Múltiples, ubicado en la mezanine de la Torre de la Prensa I.

Anexo te hacemos llegar esta franela, que forma parte de la nueva campaña, la cual te pedimos luzcas en nuestra reunión de padrinos.

Agradecido de contar, como siempre, con tu apoyo y presencia

Presidente

Fundación Tricolor.

Firmado a mano, a ser posible con tinta color azul

Resultado del programa de apadrinamiento:

| Año Académico | Padrinos | Niñ@s | Monto en Bs. |
|---------------|----------|-------|--------------|
| 2005-2006 | 75 | 55 | 39.600.000 |
| 2006-2007 | 106 | 80 | 69.120.000 |

3. Subsidio

Es el reconocimiento de particulares o por parte del estado (nacional, estatal o municipal) por la labor que ejecuta la ODS por lo cual le otorga una determinada cantidad que está incorporada al presupuesto público. Es un reconocimiento a la actividad social que coadyuva a solucionar un problema público. Generalmente se firma un convenio de apoyo anualmente y se rinde cuenta al organismo financiador.

Ejemplo:

- a. El Ministerio de la Cultura aporta subsidios a Ateneos.
- b. El Ministerio de Educación firma el convenio ME-AVEC en 1990, lo renueva anualmente y está vigente hasta la fecha. Otorga un aporte importante a los centros educativos registrados en la Asociación Venezolana de

Educación Católica AVEC, ubicado en las zonas populares urbanas, rurales, fronterizas e indígenas.

4. Comercialización de productos registrados

Mercancía con el logo institucional es vendida en empresas comerciales. En la mayoría de veces, es mediante una alianza en la cual la ODS ofrece su mercancía claramente identificada en tiendas.

Ejemplos:

El material con el logo de UNICEF en las librerías Tecni-ciencias que pueden ser adquiridos por los clientes de esta cadena de librerías:

1. Impresos: tarjetas, libretas, cuadernos, libros didácticos y de colorear.
2. Peluches.
3. Tazas y Platos.



| ODS | MERCANCIA DE VENTA |
|------------|---------------------------------------|
| FUNDADOWN | Calendario con Artistas y Deportistas |
| MANO AMIGA | Agenda y Calendario |
| SOCIEVEN | Calendario |

5. Afiliaciones a instituciones bancarias:

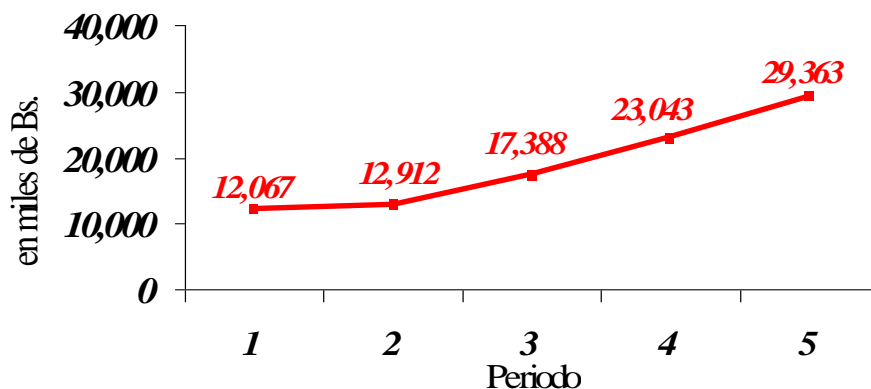
Convenios con bancos que:

- a. Emiten tarjetas de crédito con el logo de la ODS que al ser utilizadas un porcentaje del monto va a un determinado programa de la organización.

Ejemplo:

Tarjeta de Crédito del Banco Provincial que se entrega, desde 1991, a los egresados ucabistas y el aporte (un % del monto de la transacción) financiar el Fondo Padre Pedro Pablo Barnola de la Universidad Católica Andrés Bello.

Asociación con un Ente financiero: Tarjeta de Crédito



- b. Cuando se realiza una transacción electrónica en un cajero automático el banco ofrece la oportunidad de realizar una donación. Cajeros automáticos del Banco de Venezuela para UNICEF.
- c. Incorpora una solicitud al estado de cuenta de sus clientes una carta invitando a colaborar con un aporte que será debitado en la cuenta corriente, de ahorros o tarjeta de crédito, el Banco de Venezuela para SOS Aldeas Infantiles.
- d. Ofrece sus servicios para apoyar a la **Fundación Venezolana contra la Parálisis Infantil- Hospital Ortopédico Infantil**, organización que entrega a sus amigos y potenciales donantes un impreso ofreciendo la alternativa de debitar de sus cuentas en el Banco de Venezuela.
- e. Cuando se abre la pagina Web y se ofrece la oportunidad de contribuir en línea:

Ejemplo:

El Banco Mercantil esta entidad financiera ofrece en la pagina personal de cada uno de sus clientes que tienen la tarjeta llave Mercantil, un link llamado *Un Aporte por Venezuela*, a través del cual se puede colaborar, debitando de las cuentas del cliente en el banco, un monto que puede oscilar entre Bs. 2.600 y Bs. 2.000.000, bajo las siguientes modalidades

- En línea de inmediato
- Una vez al mes el día xxx.
- En forma automática el día xxx del mes hasta el año xxx

Las organizaciones que aparecen en el link son las siguientes:

- Conferencia Episcopal Venezolana, Plan de Solidaridad Católica.
- Caritas de Venezuela en solidaridad con las familias peruanas.
- Hogar Bambi, atención Niños y Adolescentes en situación de riesgo.
- Universidad Católica Andrés Bello, Fondo Fundacional Ayuda a Estudiantes.

Al hacer el link con cualquiera de las organizaciones mencionadas, aparece el objeto del aporte del cliente. Un ejemplo, la frase que acompaña a Hogares Bambi es:

Recursos para apertura y equipamiento del hogar Bambi III dirigido a niños y niñas entre 0 y 8 años privados de su medio familiar y en condiciones de riesgo. Institución creada el 6 de abril de 1992.

6. Obtención de ingresos provenientes de capital dotal/fundacional:

Un capital dotal es un activo (financiero o inmueble) que le permite a una ODS disfrutar del uso del crédito, renta o intereses generados por el mismo con el fin de reducir la dependencia de donaciones. La supervisión de las colocaciones de un fondo capital y las decisiones de recapitalización son responsabilidades de las juntas directivas de las ODS

El capital dotal puede provenir de:

1. recepción de un legado o herencia por testamento para este fin.

CASO FUNDACIÓN VENEZOLANA CONTRA LA PARÁLISIS INFANTIL- 2

En el año 1942, cuando la Parálisis Infantil hacía estragos en los niños venezolanos, un visionario empresario, Don Eugenio Mendoza Goiticoa crea la Fundación Venezolana contra la Parálisis Infantil, con la finalidad de luchar contra la invalidez y otras secuelas de la Poliomielitis.

Producto de esta iniciativa, logra la colaboración de otros empresarios, y en 1.945 construye su obra más significativa y de utilidad pública, el Hospital Antipoliomielítico de Caracas, con la misión de atender a la población infantil más desprotegida afectada por la Polio.

En 1.956, y como consecuencia de los resultados obtenidos con las campañas de vacunación contra el terrible flagelo de la Poliomielitis, a través de las cuales se erradicó prácticamente la enfermedad en Venezuela, el Hospital Antipoliomielítico de Caracas cambia su nombre por HOSPITAL ORTOPÉDICO INFANTIL y redefine su misión.

Motivado a mantener la Fundación, el Sr. Eugenio Mendoza procura desde la fundación crear un capital dotal que permita el funcionamiento del Hospital, especialmente en épocas de

crisis. Dada esta política de fomentar un capital fundacional, se han recibido varios legados a lo largo de los 65 años de la Fundación. Aportes en bienes inmuebles, valores en acciones de compañías y en dinero.

Entre éstos el más importante fue el del propio Sr. Mendoza, quien ...

" Tomó provisiones de tipo gerencial y económico para que las fundaciones que creó trascendieran su vida. En su testamento en 1975 escribió, con su puño y letra, "... es mi voluntad que esa labor social se continúe y se amplíe, a cuyo efecto hemos dotado a dichas instituciones y servicios de medios para llevar a cabo sus funciones Ingresos provenientes de la renta que generan inmuebles propios (capital fundacional)

| Año | Monto en Bs. |
|------|---------------|
| 2004 | 1.129.930.000 |
| 2005 | 1.408.701.000 |
| 2006 | 1.622.969.000 |

Impacto de esta modalidad en la Fundación:

" Durante momentos difíciles vividos en Venezuela, que afectaron la labor de recaudación de la Fundación y que disminuyó el trabajo llevado a cabo en el Hospital, fue el beneficio producido por el capital dotal el que pudo mantener en su mínima expresión el funcionamiento del Hospital."

Las otras modalidades de creación de un capital dotal son:

2. Aportando un monto de los aportes recibidos por la organización, por ejemplo un % pre determinado y aprobado por la Junta Directiva.
3. Un programa continuo con el fin de crear un Fondo capital, en la cual se debe enviar un mensaje claro que "haga tangible lo intangible".

CASO UNIVERSIDAD CATOLICA ANDRES BELLO

PROGRAMA DE CATEDRAS FUNDACIONALES EN UCAB

El programa de financiamiento de Cátedras tiene como objetivo obtener donaciones de capital por parte de benefactores para cubrir los gastos de una Cátedra. El rédito del capital cubre el sueldo del profesor o del investigador.

Las cátedras llevan el nombre sugerido por el donante y con ello se honra el epónimo, cuya vida y obra son ejemplo de dignidad y de responsabilidad para los estudiantes ucabistas.

Con este valioso apoyo, la UCAB continuara formando los recursos humanos capacitados para prestar servicio en empresas públicas y privadas y propiciar el desarrollo del país.

Desde 1977 hasta noviembre de 2006, se han instaurado ciento veintiséis (126) Cátedras Fundacionales.

Las tres primeras cátedras fueron dotadas en 1977 y sus donantes fueron miembros del Consejo de Fomento de la UCAB, para dar ejemplo y motivar a otras personas.

Literatura Venezolana R.P. Pedro Pablo Barnola, s.j. : *Gustavo Vollmer Herrera*.

Historia Universal R.P. Luis María Arrizabalaga, s.j. : *Luisa Mercedes Acedo de Vollmer e hijos*.

Filosofía de la Educación R.P. Carlos Guillermo Plaza, s.j.: *Compañía de Jesús, Provincia de Venezuela*. La compañía de Jesús como persona jurídica estuvo representada por el Provincial de los Jesuitas en Venezuela, quien a su vez, preside el Consejo.

Una Cátedra Fundacional contribuye a desarrollar, dentro del ámbito académico, los temas contemplados en el pensum de las carreras ofrecidas en la UCAB. También promueve la investigación y el desarrollo de proyectos culturales, religiosos y científicos.

Los posibles donantes o patrocinantes de una Cátedra Fundacional establecen a través de ella, una alianza estratégica permanente, para darle continuidad a los esfuerzos conjuntos con la Universidad.

Los Proyectos y Programas son presentados al donante para su conocimiento, como también la administración de los recursos, para dar cuenta de su inversión, con profesionalismo y transparencia.

Entre los objetivos de la Dirección de Promoción, de la Universidad Católica Andrés Bello se encuentra el de establecer relaciones institucionales con miras a la consecución de recursos, para ser destinados a las Cátedras Fundacionales.

Los objetivos que cubrirán las actividades que se van a desarrollar, estarán descritos en un documento cuyo contenido será redactado bajo la coordinación de la Directora de Promoción, conjuntamente con el responsable de la Cátedra Fundacional en la UCAB y el donante, quienes entre todos definirán los términos del alcance de la misma. Se requiere por parte del donante o benefactor, la identificación del mismo, con la presentación con suficiente antelación de los siguientes recaudos:

El monto fijado como el capital de la Cátedra Fundacional , podrá ser entregado en varias partes, en un cheque no endosable a nombre de la Universidad Católica Andrés Bello o bien depositar en la cuenta corriente de la UCAB , indicada al donante en su . Cada aporte será documentado. Mediante la elaboración del respectivo recibo a nombre del donante, el cual contendrá los datos del cheque o del depósito en la cuenta corriente de la UCAB.

Para aportes entregados en forma fraccionada: Si son varios los donantes: a cada uno se le expedirá el correspondiente recibo y una carta de agradecimiento.

El acto de instauración se planifica conjuntamente con el donante en todo lo relativo a la fecha de instauración y el programa del acto, como también la lista de invitados.

Las tarjetas de invitación y el Programa los elabora la Dirección de Promoción, previa aprobación del donante en cuanto a quién dice las palabras por parte del donante o de otras personas que considere deben intervenir en el acto de instauración.

7. Alianzas con empresas comerciales

Establecimientos minoristas sirven de intermediarios con su público para convocarles a aportar a una causa presentada por una ODS, generalmente cambia periódicamente la oferta de apoyo.

Ejemplos:

- Es sencillo... Tu vuelto por una sonrisa, de Churro manía coordinado por A.C. Venezuela sin límites.
- Su aporte a la Casa Roland Mc Donald, solicitud de dejar el vuelto al comprar en una de las tiendas de esta cadena.
- Un kilo de ayuda de Automercados Plaza's, para Una Mano Amiga
- Dona tu vuelto coordinado por el DVC y ejecutado entre los clientes de la Electricidad de Caracas, Farmatodo y Wendy's.

Consiste en captar el sencillo que los clientes voluntariamente deseen donar cuando van a cancelar su consumo en los puntos de pago. La donación es especificada en el ticket de compra y sirve de comprobante para el cliente.

Con este programa se logra que el consumidor o usuario del servicio se involucre en la ayuda a los necesitados, ampliándose así la dimensión de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y logrando una doble misión: incorporar la solidaridad como compromiso de la empresa y crear conciencia

de la necesidad de ayuda en los ciudadanos particulares.

- Aporte el momento de cancelar la cuenta

Ejemplo

¿Qué es Una Sonrisa a su Cuenta?

Una Sonrisa a su Cuenta es un programa social implementado por Excelsior Gama Supermercados, que tiene como objetivo promover la recaudación de fondos para ser destinados a los grupos menos favorecidos de nuestra sociedad todos los días del año. Los fondos que se recaudan son destinados a diferentes instituciones benéficas sin fines de lucro en Venezuela.

¿Quiénes pueden sonreír?

En esta primera etapa las instituciones que serán beneficiadas con el programa son de índole infantil, bien sea educación, cuidado, seguridad, salud, entre otras.

Las instituciones que deseen participar pueden hacer llegar una carta dirigida a la Gerencia de Mercadeo de Excelsior Gama Supermercados, acompañada de su historial (quiénes son, de qué se encargan, cuánto tiempo tienen de fundado, qué aportes han dado a la comunidad, logros, etc). Estos recaudos pasan al comité Sonrisas que decide cuál será el próximo favorecido tomando en cuenta las necesidades de las instituciones. Estos requisitos pueden ser dejados en alguna de las sucursales, o en la oficina principal ubicada en el Centro Comercial Macaracuay Plaza, Torre B, piso 5.

¿Cómo ganar sonrisas?

La mecánica de la donación es muy sencilla: Todos los clientes de Excelsior Gama Supermercados hacen su contribución a la institución que este siendo apoyada en ese periodo, al momento de cancelar sus compras en las cajas registradoras.

Las donaciones pueden ser de 500, 1.000 y 2.000 mil bolívares o múltiplos de estas cantidades. Para garantizar la autenticidad de la contribución un sistema especializado entregará un comprobante que indica el monto de la donación al cliente donador.

Una vez concluido cada período de recaudación la entidad beneficiada recibe un informe, avalado con copias de cada uno de los depósitos en su cuenta bancaria, para dejar por sentada la legitimidad del proceso.

| ODS | MONTO | MES 2006 |
|--------------------------|------------------------|---------------|
| Fundación Champagnat | Bs. 98.034.119 | Octubre |
| ASODECO | Bs. 90.362.200 | Septiembre |
| <u>AVESID</u> | Bs. 128.202.590 | Agosto |
| Venezuela Sin Límites | Bs. 117.710.880 | Julio |
| Institución Fe y Alegría | Bs. 83.038.675 | Junio |

CASO AVESID

Las personas con síndrome de Down son plenamente capaces para alcanzar sus metas. No seamos nosotros los que discapacitemos su oportunidad.

ASOCIACION VENEZOLANA PARA EL SINDROME DE DOWN

Esta organización logro el mayor monto de los clientes del Excelsior Gamma desde que se inició esta modalidad de RSE en los supermercados

Bs. 128.202.590. Se consideran las siguientes, como las razones de este éxito:

- Empoderamiento de todo el personal de los locales, oficinas, depósitos y transportistas de la cadena de mercados, mediante talleres participativos y charlas sobre el Síndrome de Down. Durante los cuales, algunas personas se

identificaron con la causa, un familiar cercano es Down. Lo cual es comprensible, dado que 1 de cada 800 niños nacen con este síndrome.

- Material de apoyo entregado en los locales, entre los cuales, se destacan:
 - Habladores con el texto *Una mirada distinta para una inclusión definitiva*”.
 - Chapas en las solapas de las cajas con el mensaje: *Juntos por una Meta*.
- Presencia de los niños en los propios mercados, motivando a los clientes. Ellos venden mejor su causa que cualquier otra persona.

Para mí ser una persona con síndrome de Down significa que soy capaz de trabajar, me encantaría trabajar en Venevisión, y que me guíen y me enseñen allá.

Sé bailar muy bien y me gustaría bailar allá. Yo soy una persona muy feliz, tengo muchos amigos en mi colegio y me gusta compartir con Bibi, Samy, Mofle, Patty y Thailig.

Cuando trabajo muy bien mis maestros siempre me apoyan. Me gusta viajar, bailar danzas árabes y jazz, y dentro de poco voy a tener una presentación con Siudy Quintero en noviembre.

Acabo de llegar de un campamento y aprendí muchas cosas como jugar golf, natación kárate y tenis. Me gané dos medallas de oro.

Andreina Grasso

Yo quiero contarles una historia: Un día yo estaba en mi trabajo ordenando el lobby y unos muchachos me fastidiaban diciéndome que era Down, a lo que les respondí sin titubear: “Es verdad, pero estoy aquí trabajando y me siento feliz de ser útil a los demás”. Eso bastó para callarlos.

Invedín con su educación especial y apoyo me ayudó a superar mis limitaciones. Ahora tengo 29 años, trabajo como entrenador de lobby en Mc. Donald’s. Cordializo con mis compañeros de trabajo y con los clientes.

Tres veces a la semana voy a jugar tenis y he representado a Venezuela en olimpiadas especiales mundiales, en natación y en tenis. Recuerden que las limitaciones nos las ponemos nosotros mismos, están aquí, en nuestra cabeza y en nuestro corazón.”

Alfredo Morales

La Asociación Venezolana para el síndrome de Down (AVESID) nace el 20 de Enero de 1.992, gracias a un grupo de padres y de profesionales que nos unimos con un fin común: dar una respuesta específica a una condición específica como lo es el síndrome de Down.

No existía para aquel entonces en nuestro país ninguna entidad que se encargara de atender las necesidades particulares que esta población demandaba y demanda, tanto en el área educativa ni, mucho menos, en lo que concierne a la salud.

Tampoco para aquel entonces en Venezuela era común encontrarse con personas con síndrome de Down integradas a su entorno escolar o laboral. Menos aún para la época se contaba con ninguna revista o publicación especializada, y es por ello que AVESID se vio en la necesidad de crearla.

Es así como surge RETOS, nuestro canal de información bimestral, con la intención de mantener informados y actualizados tanto a los profesionales como a las familias.

Programas de Recaudación de AVESID:

1. Solicitudes a personas naturales y jurídicas para financiar sus actividades

Caracas, 7 de Mayo de 2007.

XXXXXXX

Presente.-

Estimado Señor XXXXXX

La Asociación Venezolana para el Síndrome de Down, **AVESID**, es una asociación civil, de carácter privado y sin fines de lucro, que tiene como misión la difusión y el abordaje desde el punto de vista científico de la problemática del Síndrome de Down en Venezuela, condición que representa la primera causa de retardo mental en nuestro país y en el mundo. Uno de cada setecientos nacimientos en un bebé que presenta esta anomalía cromosómica. En Venezuela tenemos aproximadamente 39.000 casos de esta patología.

AVESID fue fundada hace quince años por un grupo de padres y de profesionales del área con la finalidad de dar una respuesta concreta a esta población que presenta características específicas desde el punto de vista tanto neuropatológico como neuropsicológico y psicopedagógico.

Nuestro objetivo primordial es el mejorar la calidad de vida de las personas con síndrome de Down a través de nuestros programas de atención sanitaria, rehabilitación, educativos y de capacitación laboral. Con la finalidad de ampliar esta información pueden visitar nuestra página Web: www.avesid.org

Este año, y en el marco de la celebración del año Iberoamericano de las discapacidades físicas e intelectuales, estamos organizando en la ciudad de Caracas el XI Congreso Internacional sobre Síndrome de Down bajo el lema: "Síndrome de Down: **La igualdad de oportunidades**" los días 3 y 4 de noviembre, en el cual tendremos la posibilidad de escuchar a los más importantes profesionales de esta especialidad invitados de países como España, Italia,

Alemania y de otras instituciones latinoamericanas, quienes amablemente han aceptado nuestra invitación para profundizar el trabajo de investigación científica que lleva a cabo AVESID en el país .

En esta oportunidad nos ponemos nuevamente en contacto con ustedes, con la finalidad de solicitar la colaboración por parte de la del xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, quienes en otras oportunidades nos han apoyado en esta importante labor científica, que entre otros cuenta con los auspicios de la Academia Nacional de Medicina y de la Universidad Central de Venezuela para patrocinar nuevamente este evento y de esta manera contribuir con esta importantísima labor que garantiza continuar con nuestros programas de formación para la capacitación laboral de la población con el Síndrome de Down, que han hecho que la población con discapacidad se haya ido incorporando al mercado de trabajo ordinario, asistencia social y educativa que venimos manteniendo hace ya más de una década.

Mucho sabremos agradecer su amable gestión a esta solicitud, pues nos urge la colaboración de todos para poder satisfacer las inminentes necesidades que demanda esta población. Su amable contribución garantiza que cada día sean más niños, jóvenes y adultos con discapacidad intelectual los que podamos asistir y sacar adelante y con la finalidad de mejorar la calidad de vida de las personas con el síndrome de Down y otras discapacidades psíquicas, posibilitando su total inclusión en la sociedad y conseguir el máximo grado de dignidad, respeto, autodeterminación y bienestar.

De antemano, agradecemos su valioso y gentil interés a este particular, cordialmente.

Presidente Firmado a mano, a ser posible con tinta color azul

2. Patrocinio de publicaciones sobre el tema, dirigidos a padres, maestros, familiares y al público en general sobre el tema.
 - El Banco Venezolano de Crédito ha financiado la edición de Ha nacido un hijo con Síndrome de Down, Programa de Salud y el folleto institucional AVESID
 - Servicios Financieros Venezuela ha publicado Guía para la Atención Educativa de los Alumnos y Alumnas con síndrome de Down.

3. Venta directa de
 - a. brazaletes de colores y en el paquete aparece el siguiente texto :
Muestra tu apoyo al llevar puesta esta insignia.
Valor Bs. 10.000
Con la compra de este producto Ud. Se solidariza apoyando los programas de atención sanitaria, inserción escolar y socio-laboral de las personas afectadas por el Síndrome de Down.

 - b. Pines y Stickers con el texto : *Un cromosoma no es una frontera.*

B. NO FINANCIEROS

Los recursos que se pueden obtener además de los financieros, se destacan también donaciones en especies, incorporación de personal voluntario, obtención de subvenciones institucionales en la prestación de servicios, las oportunidades en la formación de sus recursos humanos, como participaciones en eventos, congresos, concursos y la publicidad o imagen de la institución a nivel público. En el cuadro anexo se dan ejemplos de estos aportes no financieros.

Voluntariado *Aporte de empresas, jubilados, grupos cívicos, empleados ofrecen su tiempo, capacidad profesional.*



Servicios *Legales, auditoría/contaduría. Publicidad. Diseño de impresos. Transporte.*



Bienes *Bienes nuevos o usados. Espacios o locales y material de oficina. Equipos audiovisuales, computadoras, software. Alimentos y bebidas*



Al hacer la relación de ingresos estos aportes deben ser valorizados a precio de mercado. La diferencia entre pagar un servicio u obtenerlo gratis depende muchas veces de que lo solicitemos, presentándolo como un proyecto institucional destacando los beneficios para ambas partes.

Otra fuente importante, no necesariamente financiero, sino en fortalecimiento institucional, se logra cuando las ODS forman parte de Redes o Asociaciones Regionales o Mundiales dentro del área de su especialización. Bajo el patrocinio de la organización sede, se ofrece información sobre políticas generales en el área y nuevas tendencias y adelantos en el área, formación y capacitación del personal, congresos, subsidios pequeños- con la presentación de proyectos, bienes y apoyo técnico.

| | | |
|------------|--|--|
| ODS | ASOCIACION MUNDIAL | APOYO PARA |
| SENOSAYUDA | American Cancer Society National Breast | Fortalecimiento Institucional. Capacitación de personal |
| AGSV | World Girl Scouts | Participación en Congresos de guidismo. |

5. MOTIVACIÓN

Existe en el ser humano una orientación solidaria, una conducta dirigida a la búsqueda del bien común; a continuación se definen dos términos de interés que deben ser tomados en cuenta al presentar las propuestas ante potenciales donantes:

Caridad:

Aspecto individual de las donaciones. Es un acto espontáneo, lo recibe una persona de cualquier otra. Generosidad activa con los más necesitados.

Misericordia hacia el prójimo; quien la da siente satisfacción espiritual, quien la obtiene se considera receptor de una asistencia. Son cantidades menores – amor fraternal.

Filantropía:

Aspecto colectivo. Generalmente lo realiza una empresa o persona pudiente y es una donación planificada. Lo recibe una comunidad, una colectividad, una sociedad. El interés más que en el individuo está en la humanidad.

Son cantidades grandes y están destinadas a obras organizadas o instituciones “consagradas” que ofrecen prestigio y reconocimiento a quien lo da y a quien recibe. Generalmente están dedicadas al perfeccionamiento de las artes, la ciencia, la educación, causas humanitarias.

Eugenio Mendoza fue el pionero de la responsabilidad social empresarial en Venezuela. “... *mi único mérito ha sido tratar de ser un buen ciudadano.*”

Solidaridad:

Sentimiento individual o institucional que mueve a dar apoyo a personas o causas desconocidas, muchas veces lejanas, con el fin de solucionar un problema de índole colectivo causado por conmoción pública o de la naturaleza.

Ejemplo:

Apoyo a personas, ciudades o países que sufren grandes catástrofes, como terremotos, tsunamis, deslaves y huracanes o que están en situación bélica. Se ejecuta mediante campañas públicas, masivas y pueden ser liderizadas por gobiernos, ODS nacionales o internacionales (Cruz Roja, Dividendo Voluntario para la Comunidad e Iglesias, entre otros) y empresas privadas.

Unidos todos por quien lo necesita
SOLIDARIDAD CON PERÚ

Mercantil, al igual que en anteriores oportunidades, suma esfuerzos ante el difícil momento que vive el pueblo peruano. Hemos abierto una cuenta para recaudar fondos que permitan atender las necesidades, así como aliviar el sufrimiento de miles de familias peruanas de Pisco, Icha y Chíncha, a causa del terremoto acaecido el miércoles 15 de agosto de 2007.

Red de Oficinas Banco Mercantil
Cuenta de Ahorro N.- 0699-11640-6
A nombre de CÁRITAS DE VENEZUELA/SISMO PERÚ

Los clientes Mercantil pueden contribuir utilizando su Llave Mercantil a través de la página web www.bancomercantil.com

La cuenta "Cáritas de Venezuela/Sismo Perú" tiene un aporte inicial de 100 millones de bolívares, realizado por la Fundación Mercantil.

Cáritas de Venezuela, conjuntamente con Cáritas de Perú, destinarán lo recaudado para atender humanitariamente a los afectados.

Es el momento de demostrar nuestra amistad y solidaridad, contribuyendo con tan noble causa humanitaria.
Compromiso Social Mercantil

Centro de Atención Mercantil 0-500 800 24 24, (0212) 800 24 24, 0-500 903 24 24 y (0212) 903 24 24 www.caritas.org.ve www.bancomercantil.com

MERCANTIL

Para apoyar a los damnificados del terremoto de Perú en Agosto 2007, el Banco Mercantil publico en la prensa nacional el aviso anterior y la alianza es con las organizaciones Caritas de Perú y de Venezuela, antes de la Iglesia Católica.

6. INTRODUCCIÓN AL MERCADEO

*“Si las ODS desean sobrevivir, estas deberán encontrar nuevas formas de incrementar sus ingresos maximizando las fuentes propias que puedan generarlos. Esto significa inevitablemente que **el mercadeo** debe jugar cada día un papel más preponderante en esas organizaciones, el cual que les permita cambiar radicalmente su destino.”*

Philip Kotler –Alan R. Andreasen:

Strategic Marketing for Non- Profit Organizations, 5a. Edición, 1996

Definiciones básicas del mercadeo

The NSFRE Fund Raising Dictionary (1996), define los conceptos básicos para el mercadeo en las ODS, como:

- Mercadeo: proceso diseñado para lograr un intercambio voluntario de valores entre una organización sin fines de lucro y su causa.
- Mercado: un grupo de donantes comerciales que posee características comunes y hacia quienes se dirige un esfuerzo organizado.
- Mercadear: ofrecer la oportunidad de obtener un intercambio de tiempo, bienes, servicios o dinero por un reconocimiento, un sentido de bienestar interno o cooperar en enfrentar una necesidad social. Así mismo, llevar productos o servicios de las ODS de forma adecuada a potenciales usuarios, donantes y compradores.
- Plan de mercadeo: es un plan utilizado en el campo del marketing que incluye a la organización como un todo o cualquier área de esta. La planificación debe estar compuesta de la siguiente manera: análisis situacional, presupuesto, plan de acción, problemas/soluciones, metas/estrategias y sistemas de evaluación.
- Mercado segmentado: significa subdividir las listas de potenciales donantes en grupos con características similares para desarrollar estrategias individualizadas según la potencialidad.
- Investigación de mercado: proceso mediante el cual se obtiene información sobre el mercadeo de bienes y servicios, de los donantes y de las ODS en las mismas áreas u otras.
- Mercadeo social: es la ampliación de las técnicas de mercadeo para influenciar el cambio en la conducta con el fin de beneficiar un público determinado o a la

sociedad en general. Los patrocinantes de este mercadeo solamente tienen el deseo de mejorar la sociedad. Este es ejecutado por gobiernos, empresas u ODS.

Ejemplo:

“Juntos hacemos ciudad” Campaña ejecutada por el Municipio Chacao:

| | |
|---------------------------------------|--|
| Objetivo y población <i>Target</i> | Es un programa educativo, que surge por la necesidad de reiterar a los usuarios de las vías, bien sea peatones, pasajeros o conductores, la importancia del respeto a la normativa legal vigente sobre materia vial, utilizando como estrategia la entrega de trípticos informativos. |
| Medio | Material impreso repartido en los semáforos. Más información de la misma en su página Web: http://chacao.gov.ve/iattc/iattcdetail.asp?id=77 |
| Mensaje | Recomendaciones para un feliz viaje: <ul style="list-style-type: none"> - Usa el cinturón de seguridad - Respeta las señales de tránsito y los semáforos - Los niños menos de 10 años deben viajar en el asiento trasero del vehículo. - Revisa tu carro antes de emprender el viaje - No conduzca cansado ni bajo los efectos de bebidas alcohólicas o estupefacientes. - Respete los límites de velocidad - Tu documentación debe estar al día. |
| Impacto deseado | Lograr su concienciación y la difusión del contenido del proyecto a otros ciudadanos. |

- Mercadeo relacionado con una causa (MRCC) es el mercadeo a través del cual una organización lucrativa, usando el nombre de la ODS o su causa/objetivo promueve sus productos y con ello provee de apoyo financiero a la organización, de acuerdo a una fórmula pre- determinada basada en compras y ventas de los productos.

Sue Adkins, 1999, directora de la campaña de MRCC para la Comunidad Empresarial en el Reino Unido, sostiene que este tipo de alianza permanecerá pues las fuerzas culturales y de mercado continuarán convergiendo para hacer del MRCC un elemento esencial para el éxito tanto para las ODS como para las corporaciones.

Ejemplo:

Durante el mes de agosto 2007, Colgate ha sido aliado del Excelsior Gamma y donará un porcentaje de sus ventas para ayudar a OPERACIÓN SONRISA VENEZUELA. La siguiente frase aparece en hojas que ofrecen a clientes:

Al comprar alguno de los productos patrocinantes estarás contribuyendo con esta noble causa.

Uso del Internet

El uso de la tecnología puede ser un extraordinario aliado para el mercadeo de las ODS. La primera utilidad está en tener una página Web y el dominio registrado en la red.

A través de la Pág. Web. o del portal Institucional de la ODS se puede transmitir mensajes a su comunidad. Es una nueva herramienta que ofrece además de informar la . Oportunidad de invertir a través de aportes en cuenta de banco, tarjeta de crédito o de débito. Información, recibo, agradecimiento: todo por la red.

Ejemplos:

Ofreciendo información con números de cuentas y entidades bancarias y al mismo tiempo registrando datos del donante.


En los cuadros siguientes se el link de Donación/Colaboración de dos ODS nacionales:
Fundación contra la Parálisis Infantil, SenosAyuda y Fe y Alegría.

1. Donación en Efectivo / Cheque / Transacción Electrónica

Los donativos se pueden realizar a través de las siguientes entidades bancarias:

- » Banco de Venezuela Cta. Corriente: 0102-0226-42-0000014261
- » Banco Mercantil Cta. Corriente: 0105-0077-00-107738872-1
- » Banco Provincial Cta. Corriente: 0108-0027-74-0100058240
- » Banesco Cta. Corriente: 0134-0201-98-2013009034
- » Banco del Caribe Cta. Ahorros: 0114-0150-37-1501506172

Una vez realizada la operación le agradecemos enviar copia de la planilla de depósito por fax (0212) 2474

238.3870 o por correo  [Patrocinio](#) electrónico:

Anexe en su mensaje por correo su número telefónico.


También puede Imprimir la [Planilla](#) y enviarla por Fax al:(0212) 2474, para retirar la donación por la dirección que usted nos indique.

2. Debito a través de su Tarjeta de Crédito

Les agradecemos Imprimir la [Planilla](#) y enviarla por Fax al: (0212) 2474, a la Gerencia de Recaudación en donde se procederá a la transacción indicada.

3. Financiamiento de Proyectos Específicos

Si usted o su empresa están interesados en apoyarnos para la realización de Proyectos Específicos, tales como la donación de equipos, dotación de servicios, reacondicionamiento y remodelación de áreas,

etc. no dude en contactarnos a través del  [Ayuda](#) correo electrónico:

4. Voluntariado

El apoyo voluntario es sumamente importante para instituciones como la nuestra, si usted desea brindar apoyo voluntario a la Fundación y / o al Hospital

5. Donaciones en Especies

En virtud de que para muchas empresas se les facilita el apoyar a fundaciones como las nuestras con productos y servicios, los cuales sin duda significan un importante aporte si es su caso, no dude en hacérselos saber a través del correo

Todas las donaciones recibidas por la Fundación Venezolana Contra la Parálisis Infantil van dirigidas a contribuir con los tratamientos medico quirúrgicos de los niños de 0 a 16 años de escasos recursos económicos y que padecen de problemas Osteomusculares.

Son Muchos los Niños que están a la espera de poder ser ayudados por todos nosotros.

Gracias.

ortopedicoinfantil.org © 2006. Todos los derechos reservados

Cómo colaborar

Colabora con nosotros

Para lograr las metas planteadas por SENOSAYUDA a través de sus distintos programas, es necesario contar con el apoyo del mayor número posible de personas, empresas e instituciones.

Si deseas sumarte al equipo de donadores y patrocinantes que actualmente apoyan a SENOSAYUDA, contáctanos llenando la siguiente planilla:

Donaciones

Si deseas hacer un donativo, por favor deposita en la Cuenta Corriente del

Banco BOD No. 0116 0038 7100 0556 8544

y si necesitas un recibo deducible de impuestos, contáctanos por las vías mencionadas.

Dirección Fiscal:

Av. Río de Janeiro, Edif. ELE, piso 1, Of. 3,
Las Mercedes RIF: J-31542532-7

Teléfonos / FAX:

993 98 92 / 993 07 94

► [Registre su donación personal](#)

Cómo contribuir con Fe y Alegría

Quienes desean contribuir con la labor formativa de Fe y Alegría en Venezuela lo pueden hacer a través del plan **Becas**, diseñado como un fondo de ayuda para complementar algunos de los gastos en las escuelas que así lo requieran.

Con esta apreciable ayuda, cualquier persona, institución o empresa –pública o privada– puede apoyar el fortalecimiento de la educación para los sectores más desfavorecidos en Venezuela.

Para el año 2007 los costos de referencia para contribuciones son:

| | |
|--|----------------------------|
| Una Beca Anual: | Bs. 960.000 |
| Construcción de un Taller: | Bs. 75.000.000 |
| Dotación de un Taller Técnico (según la especialidad) | Bs. 80.000.000-100.000.000 |
| Dotación de un Aula de Computación | Bs. 60.000.000 |
| Construcción de un Aula | Bs. 65.000.000 |

La Campaña Becas cuenta con diferentes mecanismos que permiten obtener los recursos necesarios:

1.- Donación en efectivo/cheque:

Los donativos se pueden realizar a través de las siguientes entidades bancarias

- Venezuela: 0102 0136530001015159. Cuenta corriente
- Mercantil: 0105 0034611034032380. Cuenta corriente
- Provincial: 0108 0021850100298230. Cuenta corriente
- Corp Banca: 0121 0101590100124468. Cuenta corriente
- Banesco: 0134 0413584131001687. Cuenta corriente
- Venezolano de Crédito: 0104 0001575010054097. Cuenta corriente

Una vez efectuado el donativo se debe enviar una copia de la planilla de depósito para emitir el recibo correspondiente (fax: 58-212-564 5096).

2.- Tarjeta de Crédito: Este sistema funciona en colaboración con varios bancos afiliados a las tarjetas de crédito. Las personas que quieren contribuir deben llenar y firmar la [planilla](#) con sus datos y enviarla vía fax (58-212-564 5096) a las oficinas de Fe y Alegría. La planilla puede ser encontrada en la página Web y enviada por Internet.

El departamento de promociones de Fe y Alegría se encarga de procesar los datos provenientes de los donantes y pasarlos al banco correspondiente para que éste haga las transacciones necesarias.

Financiamiento de proyectos

Las empresas, personas o instituciones que estén interesados en financiar programas de desarrollo social [se ponen en contacto con Fe y Alegría](#) y el Departamento de Proyectos adaptará alguna de las iniciativas que precisen el financiamiento, a los requisitos de la empresa contribuyente.

- Si usted tiene cuenta en el Banco Provincial BBVA puede hacer su donativo.
- Si usted tiene cuenta en Banesco, puede hacer su donativo.
- Si usted tiene cuenta en el Banco del Caribe, puede hacer su donativo

7. TECNICAS DE RECAUDACIÓN

Las técnicas reconocidas de *Fund Raising*, varían de acuerdo al donante y se utilizan indistintamente con personas naturales y jurídicas., aclarando que la motivación de los individuos es diferente al razonamiento que analizan las empresas. Se reconocen cuatro técnicas, cada una con variantes, según el donante, el monto de la donación solicitada y la ODS

| DONANTE | TECNICAS |
|---|--|
| Especiales- de alto nivel económico | Reuniones Cara a Cara Eventos * |
| - Personas naturales: dirigida a grupo de donantes medianos, con relación afectiva con la causa o la Institución. -Personas jurídicas, que incluyen entes del sector publico, nacionales y extranjeras, corporaciones y sus fundaciones y organizaciones que tienen intereses concretos y exigencias muy específicas | Por Escrito Eventos* |
| Donante desconocido, masivo | Campaña Abierta, pública con apoyo de los medios de comunicación social. Eventos *: |

- Actividades especiales con objeto de dar a conocer el proyecto y/ o la institución ante diversos segmentos y su costo variará según el publico *target*

1. Cara a cara:

Esta estrategia se utiliza con el (los) donante(s) especial(es) que son aquellos de alta potencialidad económica, y pueden ser personas naturales o personas jurídicas- DAP.

Requiere material de apoyo (propuesta, solicitud y documentación), nunca se debe asistir a una reunión de este tipo, con una persona de este nivel sin el apoyo sólido del proyecto que será presentado. Se debe aprovechar el tiempo y utilizarlo bien: *Carpe Diem*.

CASO IESA

“Al regresar del primer curso de capacitación en el Aprendizaje centrado en el participante realizado en la Universidad de Harvard, por varios profesores del IESA, nos dimos cuenta de la importancia que tiene una infraestructura cómoda y adecuada en una Escuela de Negocios. Con esta metodología de enseñanza es vital la interacción entre alumnos y profesores y entre los propios alumnos. Sin duda, requerimos zonas sociales con espacios grandes y abiertos para usos múltiples y aulas que permitan una clase dinámica y participativa. Se requería invertir en modernizar el IESA.”

¿Qué se hizo?

Se analizan las diversas posibilidades de ejecutar un programa de *Fund Raising* con el fin de actualizar la infraestructura del Instituto, la primera decisión fue preparar el material promocional, basado en proyectos arquitectónicos con sus respectivos presupuestos, que pudiesen servir para llegar a inversionistas pre-determinados y aprobados por la Junta Directiva: Grupos familiares que habían sido los donantes originales (1966-70) de los espacios que serían intervenidos, y que se mantuvieron en contacto con el IESA para intervenciones puntuales (1980-85).

Los donantes serían visitados individualmente por las autoridades y se les presentaría una carta formal de solicitud y un folleto especial. La motivación hacia el donante era el sentimiento, la afinidad con la misión institucional y la oportunidad del ejercicio de Responsabilidad Social Empresarial en la Venezuela de hoy.

Modelo del material impreso de apoyo:

1. Cuerpo del texto genérico que se fue adecuando a cada donante en carta personalizada:

En el marco de los 40 años del IESA, la excelencia académica y al cumplimiento de su misión, queremos afrontar con entusiasmo los nuevos retos que nos exige el mercado actual sin olvidarnos de aquellos que nos ayudaron a llegar a esta posición. Debido a los cambios y avances en los métodos de enseñanza, se hace necesario para nosotros actualizar nuestras aulas y adecuarlas a las necesidades actuales para así seguir cumpliendo con nuestra misión.

Desde xxx nuestro instituto cuenta con el aula xxxxxxxxxx. Sin embargo, luego de transcurridos xx años, es necesario acondicionar este salón para la realización de clases siguiendo la metodología, utilizada en la Universidad de Harvard, de enseñanza centrada en el participante con casos de gerencia venezolanos.

Tener este espacio acondicionado de acuerdo a los más altos estándares de infraestructura, al servicio de la educación y formación de nuestros futuros líderes, es el mejor homenaje para xxxxxxxx cuya vida y labor sirve de ejemplo a nuestros estudiantes.

Estamos reuniendo a los familiares y amigos cercanos de xxxxxxxxxx para que juntos participen en este proyecto que honrará su memoria. Dicho acondicionamiento requiere una inversión aproximada de Bs. xxxxxxxx

Lo invitamos a que forme parte de este grupo selecto, apoyándonos, para que el ejemplo y la memoria de xxxxxxxxxx siga estando presente en las nuevas generaciones de líderes emprendedores con responsabilidad social que pasarán por esta aula.

2. Cuerpo del texto genérico del folleto que se personalizando de acuerdo a cada donante y cada espacio.

En el marco de los 40 años del IESA, se afrontan nuevos retos que exigen ofrecer una educación con excelencia académica para cumplir con el logro de la misión institucional:

Formar personas capaces de asumir posiciones de liderazgo para contribuir al éxito de organizaciones privadas, públicas y sin fines de lucro y de generar procesos que constituyen un aporte al desarrollo de la sociedad.

Desde su fundación, el IESA ha otorgado más de 2.000 títulos de Maestrías, además de desarrollar un portafolio de programas de formación gerencial reconocido regionalmente. En el 2004 el IESA recibió la acreditación de la AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business) y en 2005 fue acreditado por la AMBA (Association of MBA's), ubicándose entre una de las más prestigiosas escuelas de negocios de Latinoamérica.

Debido a los cambios y avances de los nuevos métodos de enseñanza centrada en el participante, se requiere de espacios acondicionados a los más altos estándares de infraestructura y tecnología, donde en un ambiente real, con la experiencia vivida, los estudiantes se convertirán en gerentes capaces de tomar decisiones dentro de la realidad de las organizaciones, del negocio, del ambiente y del país.

Invertir en IESA, es el mejor homenaje que se puede dar para reconocer a Don XXXXXXXX cuya vida y obra sirven de ejemplo a las nuevas generaciones de líderes emprendedores con responsabilidad social que pasarán por esta aula.

Tener un aula con las capacidades tecnológicas necesarias para impartir clases utilizando la metodología de enseñanza centrada en el participante nos permitirá formar participantes en un ambiente real que, con la experiencia de aprendizaje vivida, los convierte en gerentes capaces de tomar decisiones centradas en la realidad de las organizaciones, del negocio, del ambiente y del país.

Área del aula:

XXX metros cuadrados

Inversión total:

Bs. xxxxx

Principales características del proyecto:

- Cambiar la disposición actual del salón para aumentar la capacidad de 40 a 55 puestos
 - Incorporar muebles para los alumnos que definan espacios personales adecuados para colocar cuadernos y computadoras personales
 - Incluir podium transportable para profesores y conferencistas invitados que disponga de facilidades para el control de presentaciones.
 - Incorporar iluminación fluorescente indirecta con un control de circuitos lumínicos que permita hasta tres proyecciones, así como la captación de las actividades por un sistema de cámaras de TV robotizadas
 - Instalar un sistema de microfonía inalámbrica que permita la movilidad del expositor e intervenciones de los asistentes.
 - Instalar un sistema de proyección para enviar presentaciones y pantallas desde distintos PC, incluyendo conexiones inalámbricas
 - Instalar un sistema de video que permita registrar las clases para fines de archivo y para posibles intercambios con otras instituciones o sedes.
 - Lograr video conferencias que permitan la participación de los expositores y de los asistentes en colaboración con otras sedes locales o externas

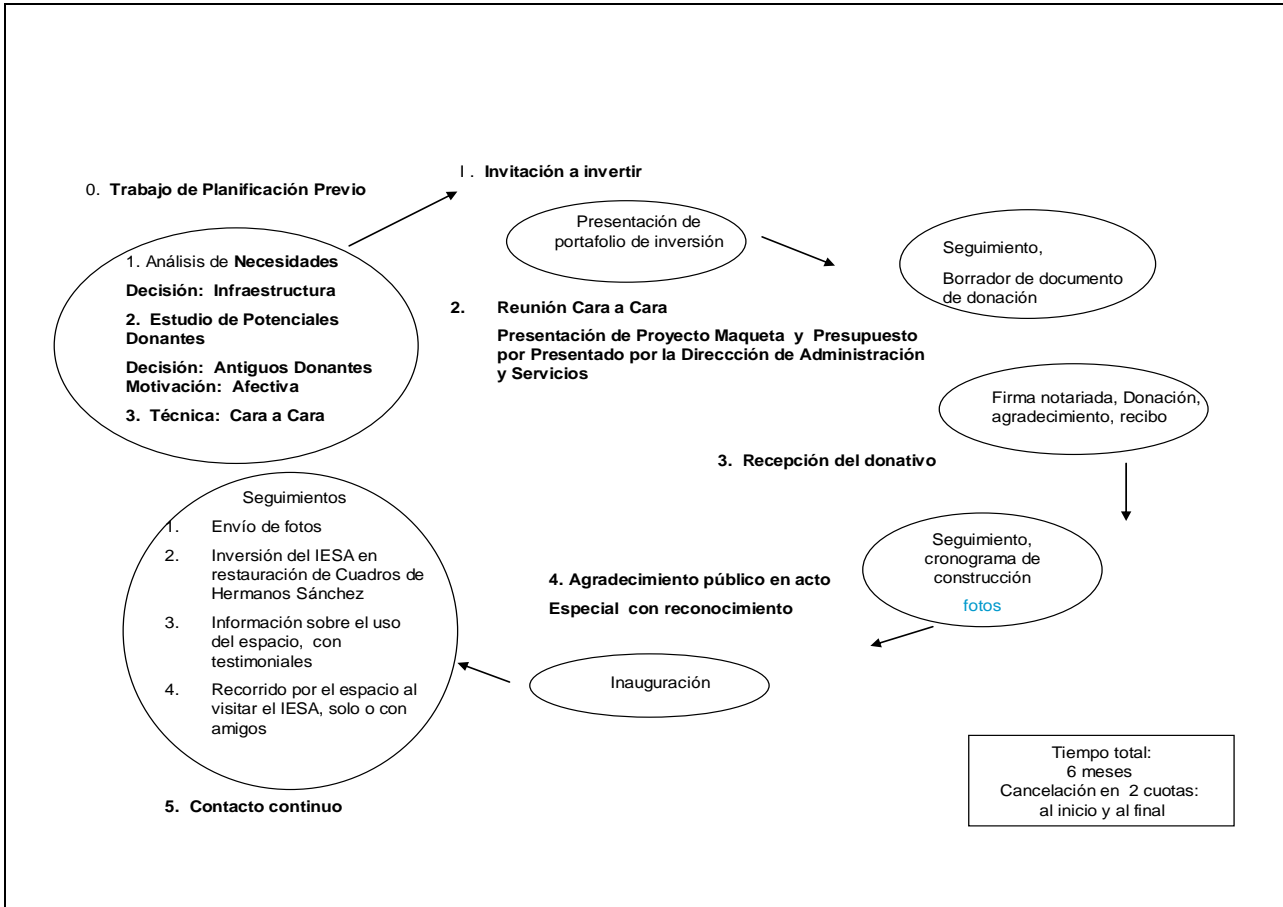
Plano del Aula:

PLANO DEL AULA

En los dos cuadros a continuación se presenta paso a paso la metodología utilizada con dos ejemplos de este proyecto de modernización de la infraestructura del IESA:

Metodología de trabajo con un Donante de Alta Potencialidad

Ejemplo 1: Terraza Sánchez del IESA



2. Por escrito.

Es la técnica que se usa para dirigirse a:

Personas naturales:

Grupo de donantes medianos, con relación afectiva con la causa o la ODS. Se lleva a cabo mediante una carta que apele a la sensibilidad social, firmada por la más alta autoridad de la ODS, podría acompañarse de una nota personal de algún contacto interno que conozca o tenga una relación de amistad, de negocios, con el donante. Solicitud concreta- propuesta clara y concisa, si es posible en una sola pagina.

Es una carta para invitar a invertir, para solicitar colaboración. Se deben imprimir todos los materiales informativos en papelería de la organización y que este claramente identificada, incluyendo logo, membrete, dirección institucional (de oficinas y de locales de trabajo), teléfono, fax, correo electrónico, Pág. Web). Se sugiere que no pase de una pagina.

Algunos ideas que pueden ser útiles al momento de redactar y enviar solicitudes por escrito:

- AIDA: atención, interés, deseo y acción.
- Algo que llame al atención, especialmente el sobre, el color, el logo.
- Elementos necesarios para la elaboración de cartas: personal capacitado, contenido interesante, creatividad, presentación y trato personal.
- Firma a mano en tinta azul, es más amigable.
- Ser personal
- Hágalo fácil al donante: ¿cómo depositar, donde, frecuencia?
- Después de redactar el primer borrador leerla entre los miembros de la directiva para ver reacción y obtener comentarios.

El uso de correo directo a través de la Internet- correo electrónico, e mails- esta muy de moda en este momento. Un correo enviado por un conocido tiene mas impacto que el envío general.

Es la técnica que complementa la página Web o el portal de una ODS.

En Venezuela es una herramienta nueva y no llega a toda la población. Todavía hay dudas en cuanto a su uso masivo, incluso en USA.

Personas jurídicas:

Son las empresas privadas, instituciones públicas, fundaciones y corporaciones- nacionales o extranjeras- organismos internacionales y multi laterales. Actualmente, la inversión empresarial o corporativa conlleva la responsabilidad social.

La Responsabilidad Social Empresarial es una filosofía inmersa en la gestión empresarial y en la nueva forma de hacer negocios. La empresa tiene un rol dentro de la sociedad basada en principios de corresponsabilidad y participación. Eugenio Mendoza fue el pionero de la

responsabilidad social empresarial en Venezuela. “... mi único mérito ha sido tratar de ser un buen ciudadano.”

Algunos sinónimos del término son:

- Responsabilidad Social Corporativa
- Ciudadanía Corporativa
- Inversión de Empresa Socialmente Responsable

A continuación se presentan algunas citas de organizaciones y expertos en el tema de la Responsabilidad Social Empresarial:

- *La RSE es un compromiso de las empresas para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general, para mejorar su calidad.*
World Business Council for Sustainable Development
- *Integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y del medio ambiente en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores accionistas, proveedores, clientes, trabajadores, administraciones y comunidades locales.*
Comunidad Económica Europea
- *Modelo de trabajo y organización que permite retribuir a la sociedad lo que ésta toma de ella.*
Centro Mexicano de la Filantropía
- *Las Empresas no están aisladas de la sociedad que las rodea. Cuanto más se vincule un mejoramiento social con el negocio de la empresa, más pronto generará también un beneficio económico.*
Gómez y Márquez: Responsabilidad Social Corporativa como Estrategia de Mercado, 2005
- *Valor Agregado: El empresario moderno no ve la filantropía, ve más allá, más profundo, sabe que una acción de RSE da una fuerza adicional a su negocio. Crea una interacción entre el entorno inmediato: accionistas, socios empleados y clientes de la empresa y beneficiados de la ejecución de la RSE y el Entorno menos inmediato: comunidades, competidores, proveedores, otras organizaciones de la sociedad.*
Vargas, Mireya: Inversión Social Empresarial, 2004

Se debe estar claro que la motivación no es afectiva, no regalan, sino que hacen una inversión que producirá beneficios al donante, sea de imagen, prestigio o de reconocimiento. Tienen intereses concretos y exigencias muy específicas. Se deben seguir las instrucciones de la institución en cuanto a presentación, documentos exigidos, rango de donación y cronograma.

Se presenta mediante una carta de presentación firmada por la más alta autoridad de la ODS. Solicitud concreta- propuesta clara y concisa, si es posible en una sola pagina que será acompañada con la propuesta y en algunos casos con el proyecto.

Para solicitar aportes de empresas internacionales, de organismos y gobiernos extranjeros o de entes multilaterales se llenan planillas que otorgan las instituciones, se deben seguir las instrucciones de la institución en cuanto a: presentación, documentos exigidos, rango de donación y cronograma y presentando un Proyecto.

Las solicitudes a los multilaterales son muy específicas dentro de programas de pequeñas donaciones para las instituciones sin fines de lucro y se obtiene la información directamente ante la representación en el país en determinadas épocas del año. Optar a las pequeñas donaciones requiere formulación de un proyecto muy específico con estudios previos de factibilidad financiera y de ejecución e indicadores de monitoreo.

CASO PROCURA

El caso presentado es de la Fundación Venezolana Pro-Cura de la Parálisis y su solicitud ante el Banco Interamericano de Desarrollo para optar a un aporte del Programa de Reducción de la Pobreza del Fondo Especial de Japón (el Fondo Japonés).

VERSION RESUMIDA DEL PERFIL DEL PROYECTO TRABAJANDO SOBRE RUEDAS Presentado y aprobado por el FONDO JAPONES-BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO

Objetivo de desarrollo:

Contribuir al Mejoramiento de la Calidad de Vida Laboral de Personas con Discapacidad Motora y/o sus familiares a través del empoderamiento de competencias personales, técnicas y gerenciales y su inserción en el mercado laboral.

Financiamiento:

| | |
|---------------------|--|
| BID | US\$ 100,000 |
| FUNDAPROCURA | US\$ 36,682 |
| OTROS COOPERANTES | US\$ 31,258 |
| FUNDACION MEZERHANE | Capital semilla para inicio o fortalecimiento de microempresas |

SUPERATEC: Formación Humana, Laboral y bolsa de trabajo

FUNDACION MENDOZA: Formación y fortalecimiento de microempresarios

TECHNOADULTS/ TRUST OF THE AMERICAS: Capacitación tecnológica

ALIANZA SOCIAL VENAMCHAM: Fortalecimiento Institucional ODS, ONG'S. Asesoría, Adiestramiento e Investigación. Estudio de Perfiles Ocupacionales para determinar las competencias laborales actuales y potenciales.

Ejecución: 12 meses

Beneficiarios:

80 personas con Discapacidad Motora y/o sus familiares inmediatos, de bajos ingresos, provenientes de los Estratos socio-económicos D y E.

Objetivos:

El Programa contribuirá a la creación de oportunidades a través de:

- (i) Empoderamiento de Competencias Personales y Competencias Técnicas Básicas para el Desempeño Laboral
- (ii) Entrenamiento en Herramientas de Inserción Laboral y Búsqueda de Empleo
- (iii) Desarrollo de Competencias Gerenciales para Microempresarios.

Fundación VENEZOLANA Pro-Cura de la Parálisis

La Fundación Venezolana Pro-Cura de la Parálisis se crea en 1992 con el objetivo de ofrecer atención integral a personas con discapacidades motoras ocasionadas por lesiones en la médula espinal. En dicho año se realiza la primera convocatoria de Fundadores y Benefactores, se crea un voluntariado informal y se da inicio al programa de donaciones de sillas de ruedas. A partir de ese momento la fundación empieza a crecer y fortalecerse alcanzando en entre los años 1998 y 2001 la consolidación y expanden sus actividades a nivel nacional y adquiere su sede actual localizada en Chuao.

Programas

Donaciones de Sillas de Ruedas:

Es el proyecto líder de la Fundación, se lleva a cabo por medio del programa “Ruedas de Libertad” y se realiza en alianza con tres organizaciones: El Dividendo Voluntario para la Comunidad, Organización estadounidense *Wheelchair Foundation* y Empresa Fundación Telefónica. (Movistar), anteriormente con Telcel y con Bell South.

Taller de Sillas de Ruedas:

Con el fin de armar, ajustar y adaptar las sillas a los beneficiarios.

Banco de Reciclaje:

Es un programa que consiste en recibir sillas de ruedas usadas para condicionarlas y donarlas posteriormente.

Proveeduría:

Adquirir equipos para las personas con discapacidades motoras, con precios subsidiados e inferiores a los del mercado.

Acceso para Todos

Es una campaña de educación ciudadana con planes de información y divulgación acerca de la problemática, los derechos y las oportunidades de las personas con discapacidades.

Voluntariado:

Para promover la participación de voluntarias en actividades de la institución y organizar grupos voluntarios en distintas regiones del país para divulgar información referente a discapacidades motoras

Centro de Rehabilitación:

Ofrece servicios de rehabilitación y terapia con el uso de equipos especializados y personal calificado para atender a las personas con discapacidades que demandan dicho servicio en la Fundación. La sala fue inaugurada en Junio de 2003.

Orientación Familiar y Psicológica:

Se ofrece orientación psicológica individual y familiar, programas de recreación, cultura y deportes y programas informativos de extensión a la comunidad

Capacitación Laboral y microempresarial:

Proveer a jóvenes y adultos con discapacidades motoras y escasos recursos económicos, de herramientas y conocimientos que les permitan el desarrollo de una actividad autogestionaria con el fin de mejorar su calidad de vida y el de su entrono familiar.

Microcréditos:

Entrega de herramientas y equipos necesarios para el inicio o fortalecimiento de microempresas de microcréditos para personas con discapacidades en sillas de ruedas y/o a sus familiares. Incluye además de los microcréditos, talleres teórico prácticos sobre microempresas, talleres técnicos de capacitación laboral.

Fuentes de recaudación de fondos

La Fundación Pro-Cura de la Parálisis tiene las siguientes fuentes de recaudación de fondos:

- Programas como una “inversión solidaria” a través del cual instituciones financieras aportan anualmente a la Fundación recursos económicos para realizar su gestión social.
- Aportes realizados por benefactores y amigos quienes colaboran en forma permanente con los programas que ésta desarrolla.
- La Campaña *SILLA, en conjunto con Fundación Telefónica, antes Telcel Bell South con el fin de recaudar fondos a través de los usuarios de esta empresa de telecomunicaciones.
- Alcancías ubicadas en establecimientos comerciales en diferentes puntos de la ciudad de Caracas
- La proveeduría de la Fundación en donde se venden equipos a precios subsidiados sirviendo como fuente única de autogestión.
- Proyectos formulados según instructivos de organizaciones públicas y multilaterales para financiar proyectos específicos, como el presentado previamente en su versión resumida.
- Eventos anuales como el bazar de fin de año, desfiles de modas y otros donde la Fundación recauda fondos para su funcionamiento. De éstos, el más importante es el Bazar.

3. Campañas

Se pueden distinguir dos tipos de campañas,

- la primera esta restringida a un grupo ya pre determinado que tiene cierta relación con la ODS. Se realiza por escrito año a año, modelo de la esta fueron analizados con los ejemplos del Patrocinio de Camas para el Hospital Ortopédico Infantil y del Programa de Apadrinamiento de la Fundación Tricolor.
-
- la segunda es totalmente abierta y dirigida a todo público.

Se recomienda que las campañas se realicen anualmente para penetración, es una de las estrategias que da mucha publicidad, no necesariamente dinero sobre todo al comienzo.

Entre las principales actividades que se pueden ejecutar para las Campañas Masivas- Publicas, una de forma altamente democrática e incluyente de recaudar fondos, pues permite la participación abierta, con aportes acordes a su rango de donación, se encuentran las siguientes:

a) Colecta

Técnica altamente variada en su ejecución, que va desde un casa por casa, o a botellas, latas adecuadas para recaudar en la calle.

No necesariamente se recauda mucho y su éxito depende de una organización detallada y de un grupo de voluntarios.

b) Tele-radio maratón

Se han realizado varias experiencias en Venezuela, desde el Tele Maratón de INVEDIN, del Dividendo Voluntario para la Comunidad, y en los últimos años el programa Tele corazón en beneficio de La Colmena y de otras organizaciones de apoyo a niños y niñas en situación de riesgo.

Se debe llevar a cabo una vez al año y tener gran publicidad. Se recomienda informar públicamente el monto recaudado y el uso de los fondos.

c) Alcancías: centros comerciales, tiendas, lugares públicos

Ejemplo

| ODS | MENSAJE EN ALCANCIA | LUGAR |
|--|--|--|
| Fundación Niños con Sida. Carismáticos de Venezuela. | Fundación Niños con Sida Comunidad Católica Carismática Los Samaritanos. www.carismatica.org.ve <i>Niño Jesús tengo sida y estas a mi lado</i> | Cadena Tijerazo (Concreta, Boleita, Las Mercedes) |

d) Rifas, Sorteos, Bingos, Bonos:

Es una herramienta que permite el apoyo de muchas personas pero que debe acogerse a leyes municipales ya que se deben otorgar permisos para hacer una venta publica y además se deben cancelar los impuestos respectivos.

Los premios pueden ser donados cuando son de menor valor, pero generalmente se compran con fondos que se utilizan de la rifa del año anterior.

Se debe contar con una red de venta pública, en algunos casos puede ser mediante el sistema bancario.

Ejemplos:

1. Bingo de la Bondad de la Fundación Venezolana contra la Parálisis Infantil Hospital Ortopédico Infantil

COMPRE SU CARTÓN, Y JUGANDO AYUDARA A LOS NIÑOS DEL HOSPITAL ORTOPEDICO INFANTIL.

La Fundación Venezolana contra la Parálisis Infantil, organiza desde hace más de 25 años el conocido **SUPER BINGO DE LA BONDAD**, con el fin de recaudar fondos para cubrir las necesidades médico asistenciales de los servicios que el Hospital Ortopédico brinda a niños y jóvenes, en su mayoría de limitados recursos económicos, que padecen de problemas osteomusculares.

Gracias a la alianza entre la Fundación y un importante medio de comunicación (Venevisión), el Bingo de la Bondad constituye una herramienta importante de recaudación de fondos. Este se apoya, a su vez, en el conocido programa del Sábado Sensacional de la Bondad. A través del cual se promociona, durante todo un día de televisión, la venta de los cartones a nivel nacional así como también se difunde la labor que realiza la Fundación y el Hospital.

El **SUPER BINGO DE LA BONDAD** a beneficio del Hospital Ortopédico Infantil, consiste en la unión del tradicional juego del bingo y una rifa, y le brinda a las personas que adquieren los cartones la posibilidad de contribuir con los tratamientos médico quirúrgicos de los niños, y de hacerse acreedores de fabulosos premios, razón por la cual nos esmeramos en que los objetos que constituyen la premiación sean cada vez mejores (inmuebles, carros, montos en efectivo etc.), y que lleguen a más personas, lo cual es posible gracias al apoyo de numerosas empresas e instituciones bancarias que facilitan su infraestructura para canalizar la distribución y venta de los cartones del bingo en todo el país.

El sorteo del Bingo se realiza anualmente con la presencia de las autoridades competentes, y se transmite por Venevisión, y luego del mismo los resultados son publicados en los diarios de circulación nacional.

2. La Rifa Anual de Fe y Alegría.

La mas conocida y mas antigua de las rifas para recaudar fondos en Venezuela es la de la organización de educación popular Fe y Alegría. La rifa en si se originó luego de haber recibido como regalo unos zarcillos de platino por parte de una estudiante universitaria. Una alumna emprendedora organizó una rifa con dichos zarcillos. La rifa resultó todo un éxito, recolectándose Bs. 4.000 con los que se compraron bancos para la escuela y se les pagó a las maestras.

La rifa se viene realizando sistemáticamente desde hace más de 30 años y tiene varios propósitos:

- Sensibilizar a los ciudadanos de su responsabilidad en la educación del país.
- Proyectar la imagen de Fe y Alegría en el escenario nacional.
- Recoger fondos para la puesta en marchas de pequeños proyectos en los centros de Fe y Alegría.

El estilo de organización descentralizada, su masiva cobertura nacional, la seriedad del sorteo en RCTV, acompañado por una presentación agradable e impecable hacen que esta campaña goce de credibilidad y respeto.

CASO FE Y ALEGRIA

Fe y Alegría nace en Venezuela a mediados de los años 50, cuando el P. José María Vélaz comienza a visitar los barrios periféricos de Caracas con estudiantes universitarios. Al acercarse a la gente y ver cómo vivían, sintió la tragedia de la marginación y comprendió que era necesaria una educación que promoviera los recursos internos de los más necesitados.

En 1955, el albañil Abraham Reyes ofreció su casa para fundar la primera escuela de Fe y Alegría, en la barriada que es hoy el 23 de Enero en Catia. En el mismo año, se crea otra escuela en la misma zona y en 1956 la escuela del Barrio Unión de Petare, al otro extremo de Caracas. La obra empezó a crecer luego hacia los suburbios de otras ciudades del país, con el apoyo de diversas congregaciones religiosas y laicos comprometidos con el Movimiento.

Ya para 1963, además de 10 colegios en Caracas, funcionaban colegios en Maracaibo, Maracay, Valencia, Pto. La Cruz, Cumaná, Maturín, Puerto Cabello, Barquisimeto, Lagunillas, Carora, Punto Fijo y Puerto Ordaz. En 1964 comienza el proceso de expansión hacia países de América Latina. El lema del Movimiento en esos primeros años era: "Fe y Alegría comienza donde termina el asfalto".

Hoy Fe y Alegría opera en 16 países de América Latina y en España. En Venezuela ya tiene presencia en 762 puntos geográficos con 967 unidades de servicio. De ellas, 148 son planteles, una red de educación radiofónica con 13 emisoras y 527 centros de atención, y otras 279 unidades con diversos programas.

Es un Movimiento de Educación Popular Integral y Promoción Social cuya acción se dirige a sectores empobrecidos y excluidos para potenciar su desarrollo personal y participación social.

Programas de Recaudación

Además de la Rifa, la pregunta que se hace la institución es ¿Cómo contribuir con Fe y Alegría? Dando la oportunidad de participar en la Campaña Becas y en la Construcción y dotación de su infraestructura.

Quienes desean contribuir con la labor formativa de Fe y Alegría en Venezuela lo pueden hacer a través del plan Becas, diseñado como un fondo de ayuda para complementar algunos de los gastos en las escuelas que así lo requieran.

Para el año 2007 los costos de referencia para una Beca Anual son de Bs. 960.000.

Cualquier persona, institución o empresa –pública o privada– puede apoyar el fortalecimiento de la educación para los sectores más desfavorecidos en Venezuela.

| | |
|--|----------------------------|
| Construcción de un Taller: | Bs. 75.000.000 |
| Dotación de un Taller Técnico (según la especialidad) | Bs. 80.000.000-100.000.000 |
| Dotación de un Aula de Computación | Bs. 60.000.000 |
| Construcción de un Aula | Bs. 65.000.000 |

Las lecciones aprendidas de la Rifa de Fé y Alegria, del Bingo de la Bondad y de otras organizaciones que llevan a cabo campañas públicas mediante este modelo abierto sobre todo a sectores de menores ingresos, permiten ofrecer las siguientes notas para organizar una Rifa.

TIPS PARA REALIZAR UNA RIFA PÚBLICA Y MASIVA A NIVEL NACIONAL

Se considera que esta información permitirá analizar objetivamente las ventajas y compromisos que se adquirieren en caso de decidir efectuar una Rifa a nivel Nacional y permite aclarar una serie de dudas, pero al mismo tiempo hace aflorar interrogantes en cuanto a la decisión de efectuar o no la rifa.

PRESUPUESTO

Toda campaña pública y en el caso de una Rifa, se debe contar con fondos previos ya que hay múltiples erogaciones (costos de permisología, fianzas, imprenta, notario, avisos de prensa, etc.)

PERMISOLOGIA

Las rifas requieren permiso de varias instituciones:

- INDECU, se les notifica con antelación, con las pautas de la rifa: costo, número de boletos, objetivo de la rifa, premios. No requiere respuesta, se sella como recibido una copia de la carta entregada y se debe indicar en el boleto: *Notificado al INDECU en fecha.....*
- ALCALDÍAS, se debe hacer la solicitud de impuestos municipales en todas y cada una de las alcaldías donde se va a vender públicamente los boletos. Se exige una fianza comercial por el monto del costo de los premios. Se introduce en el departamento de Espectáculos Públicos, el cual a su vez hace las gestiones en Finanzas. Después de varios años de trabajo y dado los problemas burocráticos se hace la recomendación: de dirigirse directamente al Alcalde para informarle y solicitar su colaboración y visto bueno y hacer el seguimiento en Espectáculos Públicos y Finanzas. El ticket ya debe estar impreso pues deben sellarse. La Alcaldía Libertador es la de mayor problema para todos los trámites. En el caso por ejemplo de Fe y Alegría, se introduce en octubre del año anterior, previendo iniciar la venta de los talonarios de la rifa después de la Semana Santa.

LOGÍSTICA

- Inducir para la venta y entrenar para el control de venta de tickets a los voluntarios que ayudarán en la venta. En caso de una venta en lugares públicos, como centros comerciales, y si son niños, estarán acompañados de adultos, se debe llevar dinero suelto para vuelto, siempre deben ir en grupos y dirigirse y salir del local en carro privado por medidas de seguridad.
- Tener a personas con la responsabilidad de la custodia y envío de tickeras vendidas a una sede central para el control.
- Previamente al sorteo se desglosan las tickeras y se mezclan para que haya una gran variedad de lugares en las bolsas que luego llenan la piscina, de donde se sacarán los boletos ganadores. Los boletos no deben tener enmiendas o estar rotos.
- Se contacta al canal de TV y se prepara el programa. Para garantizar la transparencia del sorteo, debe estar presente un notario público.
- Se publica los ganadores para localizar a los ganadores en todo el país y de hacer entrega formal y legal de los premios a cada uno de los ganadores.
- En ciertas ocasiones, algunos premios, no son apetecibles y siempre quedan no los reclaman, por lo que debe preverse un almacenamiento y entrega directa a organizaciones benéficas después del tiempo estipulado de validez de los tickets.

IMPRESIÓN DE LOS BOLETOS

Los boletos deben estar impresos con la siguiente información:

- Parte que se entrega al comprador: Por una cara: Identificación del organismo responsable- Logotipo o Emblema, Costo del Boleto, Pauta: VALIDO AL PORTADOR Y POR SESENTA (60) DIAS. Por la otra cara: Identificación de los premios, nota de Indecu y sellado por la respectiva Alcaldía.
- Parte con la que se queda el vendedor: se elimina el nombre del comprador porque el boleto es válido al portador. Decisión jurídica tomada después de una situación que fue a tribunales: ¿de quien es el ticket?
- En ambas caras se imprime el número, el cual puede constar de una letra (serie) lo cual tiene gran importancia para el control de entrega y venta de tickeras, especialmente cuando es a nivel nacional, pues esta distribuido cada serial por una zona geográfica, y seis cifras numéricas.
- La aprobación del arte final debe estar listo por lo menos ocho meses antes y recibir de la imprenta por lo menos siete meses previo a la fecha de lanzamiento de la Rifa ya que es necesario remitir a la alcaldía, la cual puede tardar hasta seis (6) para sellar los boletos.

AFICHES DE PUBLICIDAD

- Estar listos por lo menos seis meses antes de la fecha de lanzamiento y se indica toda la información posible de la Rifa: fecha, premios, misión institucional, logotipo, fotos, etc. Se envían a todos los medios de comunicación, y centros de la organización responsable para que sean colocados en lugares públicos donde se venderán los boletos.

4. Eventos

Actividades especiales con objeto de dar a conocer el la causa, el proyecto y/ o la institución ante diversos segmentos. No necesariamente ofrecen grandes aportes, pero son fuente de potenciales donantes.

Hay diversas modalidades de Eventos, desde el mas simple hasta los mas complicados, desde gratis con patrocinio total hasta cobrando entradas por cifras altas.

El tipo de evento varía según el público *target* o donante. Son llevados a cabo por casi todas las ODS y cada vez son más creativos y originales. Se recomienda buscar uno o dos eventos claves durante el año y que el esfuerzo de su organización y el trabajo represente un ingreso importante para la ODS. En muchos casos, organizaciones nuevas imitan o copian eventos realizados exitosamente por otras instituciones y no tiene el éxito esperado. Se debe buscar siempre un evento distintivo que sea reconocido por todo tipo de público y que sea referencial.

Entre otros encontramos los siguientes:

| EVENTOS | ACTIVIDAD/ ODS BENEFICIADA |
|-----------------------------|--|
| Juegos de Mesa | <ul style="list-style-type: none"> • Te Canasta Mensual / Hospital San Juan de Dios • Canastón/ AGSV • Te Canasta/Damas Salesianas de El Hatillo • Bingo/Hogares Bambi |
| Desfile de Modas | <ul style="list-style-type: none"> • Giovanni Scutarò/ Mano Amiga • Desfile Infantil- Tiendas El Principito / Fundación Venezolana contra la Parálisis Infantil • Trajes de Baño G. Chacón /Hogar Mama Margarita de la Red de Casas Don Bosco. • Durant & Diego / SenosAyuda • Corazones Blancos y Casablanca fashion Group/ INVEDIN |
| Conciertos | <ul style="list-style-type: none"> • Bon Jovi/Museo de Arte Colonial • Oscar de León/ Operación Sonrisa |
| Seminarios/Simposios | <ul style="list-style-type: none"> • Simposio de Responsabilidad Social/Alianza Social de Venamcham. |
| Exposiciones/Subastas | <ul style="list-style-type: none"> • FIA <ul style="list-style-type: none"> • Cóctel Inaugural ADS • Stand de SenosAyuda • 5 Sentidos en Acción con Artistas Plásticos/ SOCIEVEN • La Subasta/A.C. Sala Mendoza • Platos por la Vida/ Fundación Niños con Cáncer • Subastas del logo intervenido por artistas/ FUNDANA |
| Premier de Películas Teatro | <ul style="list-style-type: none"> • Première Películas/ FVCPI • Obra Teatral <i>Secreto a Voces</i> /SOCIEVEN |
| Viajes | <ul style="list-style-type: none"> • Crucero- Tour de la Bondad/ Fundación Venezolana contra la Parálisis Infantil • Crucero / SenosAyuda |
| Eventos Deportivos | <ul style="list-style-type: none"> • Mitsubishi Motors PGA Golf Tour 2007 /Socieven • Torneo de Golf/ Fundación Maniapure • Carrera y Caminata Valle Arriba Athlectic Club-Stanford Group Venezuela/ Fundación Niños con Cáncer. |

| | |
|-------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Torneo de Golf Un Juego por la Vida/ Fundación Niños con Cáncer. • Torneo de Golf/ Cristal House |
| Cenas | <ul style="list-style-type: none"> • Cena Anual / Alianza Social |
| Bazar | <ul style="list-style-type: none"> • Bazar de fin de Año/ PROCURA • Bazar Día de la Madre/ WIZO • Bodegón Gourmet /INVEDIN • Bazar Navideño/ INVEDIN |

CASO BAZAR WIZO

Wizo, Organización Internacional de Mujeres Voluntarias, se fundó en Londres en 1920, cuando varios factores hebreos impulsaban la germinación del estado israelí, un grupo de mujeres judías voluntarias formó en Londres la organización WIZO, con el objetivo de establecer pautas para el bienestar de niños, mujeres y ancianos. Funciona en 54 países y cuenta con 300.000 activistas en los cinco continentes. Actualmente, está reconocida por las Naciones Unidas como organismo no gubernamental y tiene status consultivo ante la UNICEF y ECOSOC.

En Venezuela, Wizo se fundó en 1943. Desde ese entonces, la organización realiza donaciones al Hospital de Niños J.M. de los Ríos, al Hogar María Páez de El Valle, al Asilo La Providencia San Antonio en San Martín y adelanta otros proyectos educativos, culturales y sociales en el país.

Para llevar a cabo estas donaciones y otras obras sociales de WIZO, se organiza el Bazar Wizo desde hace 17 años se realiza en Caracas en fecha cercana al Día de la Madre y durante tres días, ofrece variados stands para encontrar el regalo ideal para complacer a las madres en su día, con una amplia selección de los más variados artículos para todos los gustos.

Las entradas del Bazar Wizo están a la venta en la puerta del bazar y el costo, en 2007, fue de cinco mil bolívares, con derecho a participar en el sorteo de viajes y otros premios.

En el bazar, el público podrá encontrar productos de alta calidad ya que las organizadoras del mismo llevan a cabo un estudio cada año de la mercancía —carteras, ropa, joyas, bisutería, delicatesses, discos compactos, accesorios, adornos, cosméticos y productos de tocador, plantas, cuadros, esculturas, lámparas, antigüedades, artesanías— que se lleva a la venta para escoger los mejores productos, lo que está más de moda. Igualmente pueden adquirir productos como los libros de cocina WIZO.

Bazar WIZO Expo Mamá incluye puestos de fundaciones de interés social, como Amigos de Niños con Sida, **FUNDANA** o los **Guías Scout**, a quienes se les proporciona un puesto sin cobrar. Igual sucede con el puesto montado por Soprem, el de Lubavitch o el del Rabinato de Venezuela.

CASO FUNDACION MANIAPURE

Misión

Promover el desarrollo integral de la región de Maniapure, bajo un esquema de operación abierto al establecimiento de alianzas interinstitucionales que permitan la articulación de esfuerzos y recursos para mejorar la calidad de vida de los pobladores.

PROGRAMAS:

Salud

Proporcionar atención médico-sanitaria, nutricional y odontológica, con especial énfasis en la orientación preventiva, que incentive en la comunidad comportamientos individuales y colectivos que garanticen condiciones de vida saludables, centrados en el Centro La Milagrosa.

Adicionalmente, se cuenta con el proyecto de Telemedicina, que es el uso de computadoras, el Internet y otras tecnologías de comunicación para dar atención médica a pacientes a distancia. Se basa en utilizar tecnología de comunicación para aprovechar el conocimiento básico en sitios remotos (o no) para apoyarlo en el experto (recurso humano y/o técnico) que físicamente se encuentra ubicado a distancia.

Educación:

Son siete escuelas ubicadas en Maniapure, El Zamuro, Cerro Aislado, La Emilia, Aguas Negras, El Guarray y El Ciruelo, que atienden hasta el 6º grado. En el caserío Maniapure funciona la Unidad Educativa Maniapure, que depende del Ministerio de Educación, Deporte y Cultura y fue creada en 1986. En ella se atienden más de 100 niños (1º a 7º grado).

Cultura:

En el mes de noviembre de cada año se realiza el Festival Cultural de Maniapure, en el cual participan niños y adultos de la localidad, así como invitados de otras regiones del país, en concursos de manifestaciones culturales como una acción orientada a reforzar la conciencia de la identidad tanto regional como nacional.

Desarrollo comunitario:

Promover el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas e indígenas, mediante el desarrollo de proyectos específicos de formación para el trabajo, y de creación, optimización y diversificación de sus unidades productivas, a fin de incrementar los ingresos familiares.

Beatriz Borjas de Cuenod, fundadora del Centro La Milagrosa resume el inicio del Centro con las siguientes palabras:

"El Centro La Milagrosa fue creado para brindar servicios de salud y educación a una extensa región de Venezuela ubicada en el estado Bolívar a 125 Km. de Caicara del Orinoco.

Comenzamos con una pequeña escuela que se fundo en el año 1968, luego con muchos amigos voluntarios comenzaron a prestarse servicios médicos y odontológicos, en nuestra propiedad, cubríamos las primeras necesidades de vestimenta con donativos:...nos donaba cobijas para los indígenas primeros favorecidos, y la también....nos ofrecían el transporte, nada fácil en aquella remota época, donde no contábamos con carretera.....20 años de labor ininterrumpida, donde han trabajado tantas y tantas personas que no podría nombrar, y sobre todo destacar la labor de personas de la comunidad tanto criollos como indígenas que se han preparado y que hoy en día cumplen una labor fundamental, tanto en el Centro como dentro de la comunidad."

Programas de Financiamiento

1. Amigos de Maniapure:

El ingreso de los amigos permite la operatividad (gastos administrativos fijos e imprevistos) de la fundación

¿Como contribuir?

Información en la página Web, se ofrece las alternativas de:

a. Aportes Financieros

Mensual, trimestral o anual

Emitir cheque a nombre de Fundación Proyecto Maniapure

Banco Mercantil Cta. Corriente # 01050276401276002246.

Enviar por fax 02122653375 copia del depósito.

Para descontar de la tarjeta de crédito, avisar vía email maniapure@cantv.net o fax 02122653375 para enviar ficha con la autorización y tomar los datos.

b. Aportes no financieros

Serán bien recibidos, ropa usada en buen estado, adecuada para el calor, también sábanas y paños. Medicinas, no vencida, material de odontología y de laboratorio.

Notificar vía email maniapure@cantv.net.

Eventos:

Cenas, Venta de Navidad (con artesanía de la zona de Maniapure), Obra de Teatro y el Torneo de Golf. Copa Fundación Proyecto Maniapure.

El éxito del "II Torneo de Golf Fundación Proyecto Maniapure". Aunque cuesta mucho dinerito hacerlo, duplicamos las ganancias netas del año pasado. Completo éxito.

Este año lo hicimos un sábado, sólo los socios; menos trabajo y la cancha llena. Por todo lo alto, Bs. 100.000 con desayuno, brindis, almuerzo y rifas mil (regalía musical).

Resultados financieros:

Egresos:

EGRESOS

Trofeos

Bs.

2.017.200,00

| | | |
|------------------------------|-----|---------------|
| Placas + grabaciones | Bs. | 720.000,00 |
| Bolsitos | Bs. | 1.980.000,00 |
| Alquiler CCClub | Bs. | 4.000.000,00 |
| Pendón | Bs. | 135.900,00 |
| Afiches | Bs. | 36.000,00 |
| Pasapalos y comida CCC | Bs. | 4.554.682,00 |
| Propina servicio Restaurante | Bs. | 445.318,00 |
| Mensajero + cobranza | Bs. | 100.000,00 |
| Propina Golf | Bs. | 1.000.000,00 |
| Regalos Golf | Bs. | 700.000,00 |
| Alligator Federación | Bs. | 1.875.000,00 |
| Sub-Total Bs. | Bs. | 17.564.100,00 |

Ingresos:

| Co-Patrocinantes | Monto |
|----------------------------|-----------------|
| AAA | Bs. 50.000.000 |
| AA | Bs. 20.000.000 |
| A | Bs. 5.000.000 |
| Venta de 16 hoyos | 33.230.000 |
| Inscripciones de golfistas | 9.710.000 |
| Rifas | 2.940.000 |
| Total Ingresos | Bs. 120.880.000 |

Lecciones aprendidas

La logística se mejoró, tuvimos mejores ingresos por concepto de patrocinantes en comparación al año pasado. Tuvimos patrocinios de empresas que repitieron y unos nuevos aportes, quienes hicieron una gran diferencia al año anterior.

El evento fue de carácter cerrado, solo para socios del Caracas Country Club y se logró la asistencia de la cantidad de participantes prevista, solo con un 5% de inasistentes, el ingreso por este concepto también fue muy importante.

Forma de Trabajo:

Se trabajó con poco recurso humano, se centralizó todo desde la oficina de la Fundación. Las actividades y tareas realizadas:

1. Promoción del evento: captación de patrocinios, vía mail, correspondencia directa, reuniones.
2. Relaciones Publicas
3. Reservación de lugar: CC Club (Canchas de Golf y Restaurante)
4. Promoción del evento para los socios del Club vía mail
5. Emisión de Recibos de cobranza: Envió de documentación a las grandes empresas (Banco Mercantil, CANTV) Para la creación de la fundación como proveedora de servicios.

6. Diseño e impresión de material promocional (Afiches) Coordinando previamente con los patrocinantes el arte final
7. Redacción de Notas de Prensa
8. Convocatoria a la Prensa
9. Cobranza
10. Pago de gastos del evento: Trofeos, regalos, placas, etc.
11. Envío de resultados y fotos del evento a la prensa
12. Envío de Cartas y diplomas de agradecimiento
13. Cierre del Evento.

CASO ALIANZA SOCIAL

Alianza Social de Venamcham

En el año 1999 la Cámara Venezolana Americana de Comercio e Industria (Venamcham), dio apertura a su programa de Alianza Social, un área de servicios orientada a optimizar la inversión social del empresariado privado al promover formas de cooperación entre éste, la sociedad civil organizada y el Estado, para así contribuir en la construcción del futuro de Venezuela.

Este programa se ha caracterizado por su labor en el ámbito de la responsabilidad social empresarial, logrando establecer alianzas estratégicas con diversas ODS a nivel nacional, alcaldías y movimientos no gubernamentales, al igual que realizar numerosas publicaciones, foros, exposiciones, estudios, talleres y eventos afines al tema.

CENA ANUAL

Entre los eventos realizados se destaca la cena que organiza Alianza Social anualmente cuyo objetivo principal es el de recaudar fondos y a la vez agradecer el apoyo obtenido por parte de las empresas privadas al proyecto de Fortalecimiento Institucional de las Organizaciones no gubernamentales que lleva a cabo Alianza Social.

El evento se distingue cada año por el tema que lo rige. El tema se encuentra vinculado directamente a la tradición y cultura venezolana. La cena a través de los años ha sido un éxito tanto desde el punto de vista de recaudación como del punto de vista de entretenimiento.

La elección del tema resulta vital para el desarrollo del evento, ya que es la base para coordinar todos los esfuerzos de planificación. Además de recaudar fondos, las cenas tiene como objetivo dada la característica binacional de la cámara (venezolano-americana) dar a conocer fiestas tradicionales, costumbres, folklore por lo cual se toma un tema. En los primeros tres años estuvo centrado en fiestas tradicionales, posteriormente en zonas del país bajo la advocación de la devoción Mariana de la región, y la última del 2007 en la Artesanía.

| TEMA |
|------------------------------|
| Diablos Danzantes |
| Cruz de Mayo |
| Los Tambores de San Juan |
| La Divina Pastora |
| La Virgen de la Chiquinquirá |
| La Virgen del Valle |
| Artesanía Popular Venezolana |

Para la planificación del mismo se realizan diversos procesos, cubriendo desde la organización conceptual del mismo, comida, entretenimiento, invitaciones y decoración hasta su presupuesto y estrategias de financiamiento. De allí se procede a escoger el menú, la decoración, el entretenimiento y el obsequio.

Población Objetivo

Personas de alto nivel adquisitivo. Las empresas miembros de Venamcham adquieren una mesa y los altos ejecutivos y sus invitados asisten al evento. El costo de la mesa en la versión 2007 fue de Bs. 3.000.000 (300.000 Bs. Por persona)

Se destaca que al comienzo de esta actividad de recaudación de fondos, se ocupaban 20 mesas, en la última versión del evento ya se preparan 50 mesas y la asistencia es de 500 personas que disfrutan de un espacio social, interactuando con autoridades de la Cámara y que disfrutan los espectáculos típicos venezolanos. Estos espectáculos han sido presentados por grupos como los Tambores de Naiquatá, Los Vasallos del Sol de la Fundación Biggot y, en 2007 disfrutaron del trabajo de los propios artesanos.

El agradecimiento a los asistentes se le demuestra entregando algún recuerdo típico.

Financiamiento

El evento obtiene parte de su financiamiento a través de patrocinios (otorgando un monto en dinero o en especies, Ron Santa Teresa, Polar y DIAGEO), recauda fondos con la venta de las entradas para asistir al mismo y recibe un descuento de la Agencia MAR en todo lo relativo a servicios y comida.

1. Modelo de solicitud de patrocinio

Caracas, 01 de Febrero de 2006

Señor
xxxxxxx
Presente.-

Estimado XXXXXXXX,

Alianza Social de VenAmCham, realizara la Cena anual: **“Homenaje a San Juan Bautista”**, y a la tradición venezolana de los Tambores de San Juan; el miércoles 21 de junio a las 7:30 p.m., en los espacios de la Quinta La Esmeralda, por esta razón para nosotros sería un honor contar con el apoyo de xxxx como Patrocinante de la cena con un monto de xxxxxxxxxxxxxx bolívares.

El objetivo del evento es difundir las tradiciones venezolanas, brindar un espacio a las Empresas miembros de la Cámara y apoyar el proyecto de Fortalecimiento Institucional a las Organizaciones No Gubernamentales, a través del cual en el año 2005 se llevaron a cabo 30 talleres, capacitando a 1.365 participantes en Formulación de Proyectos Sociales, Liderazgo, Voluntariado y Financiamiento para Instituciones sin fines de lucro.

Para la cena contamos con la asistencia de presidentes y altos ejecutivos de las empresas miembros de VenAmCham; asimismo habrá una muestra de artesanía y menú típicos de la región.

Agradeciéndole el interés a la presente solicitud, reciba un cordial saludo.

Atentamente,

[Directora Ejecutiva Alianza Social VenAmCham](#)

2. Modelo de Agradecimiento

Caracas, 29 de Junio de 2006

Señor
xxxxxxx
Presente.-

Estimado xxxxxxxx

En nombre del Comité de Alianza Social de VenAmCham y del mío propio, deseamos extenderte nuestro agradecimiento por tu colaboración ofrecida para la Cena “San Juan Bautista”, el día 21 de Junio de 2006.

Para Alianza Social ha sido un logro poder contar con el apoyo de xxxxxxxxxxxx. Por ello, deseamos poder compartir las diversas felicitaciones y el éxito derivado de todo el esfuerzo que conjuntamente llevamos a cabo para la organización de este evento que contribuirá a la realización de Talleres de Fortalecimiento Institucional dictados a las Organizaciones de Desarrollo Social; en el año 2005 se llevaron a cabo 30 talleres, capacitando a 1375 participantes.

Este apoyo se sintetiza en el testimonial de la Asociación Venezolana de Escuelas Católicas (AVEC):

...”Alianza Social favorece sabiamente la inclusión de otras redes sociales con alta capacidad de logros e impactos positivos, caminar juntos es un esfuerzo muy estimulante y gratificante pues se comparten las tareas de la responsabilidad social”...

Sin otro particular, recibe un cordial saludo.

Atentamente,

Directora Ejecutiva Alianza Social VenAmCham

Tiempo de dedicación

8 meses previo a la fecha del evento se comienza el trabajo de planificación (decisión del tema) a los 6 meses se inicia la búsqueda del patrocinio, financiero o de bienes. 2 meses antes la venta de las mesas.

La decoración del local, bajo el concepto escogido tiene un tiempo de trabajo determinado por el diseño, el cual debe estar listo tres meses antes y el montaje generalmente tarda tres días.

Resultado de esta actividad de recaudación

| Ingreso Total | Egreso | Ganancia |
|-----------------|-----------------|----------------|
| Bs. 155.640.000 | Bs. 110.137.000 | Bs. 45.503.000 |

8. AGRADECIMIENTO Y SEGUIMIENTO

ES LO MÁS IMPORTANTE DE LA RECAUDACION DE FONDOS. La gratitud es la virtud que mas conmueve al donante.

1. Agradecimiento privado

Fondos procedentes de reuniones cara a cara, empresas y relacionados deben agradecerse en carta individual firmada por el presidente de la ODS y en algunos casos podría incluirse un agradecimiento especial a nombre de los beneficiarios del proyecto.

Dentro de la planificación del trabajo para realizar la solicitud, tenga respuesta positiva o negativa, debe incluirse el agradecimiento.

Debe enviarse una carta con recibo al ingresar la donación, enviar una invitación al iniciar la actividad financiada, y al terminar el proyecto un acto publico para reconocimiento formal. En algunos casos el donante prefiere que el acto de reconocimiento sea pequeño y en familia.

Es necesario enviar una relación de inversión, especialmente a personas jurídicas.

2. Agradecimiento publico en campaña masiva

A través de los medios utilizados (radio, TV, prensa) No requieren recibo pero si una relación de inversión, indicando el uso del dinero.

CASO FUNDANA

Fundación Amigos del Niño que Amerita Protección.

En Agosto de 1991 Elsa Levy, Sandra Azrak y Francis Cohen materializaron la idea de dejar al mundo mejor de como lo habían encontrado cuando abrieron la primera casa hogar de FUNDANA “Chiquiticos” en San Bernardino.

Su objetivo era, y sigue siendo, atender a los hijos de nadie, olvidados de la sociedad, los que nunca han conocido el calor de un hogar. Los niños que carecen de cariño, amor y dedicación, de la educación moral y la atención que les permita ser hijos dignos de nuestra Venezuela, un país que reclama adultos sanos, útiles y felices.

Años más tarde adquirieron una casa en Chuao y les fue donada otra en San Bernardino que denominaron Chiquiticos II y III, respectivamente. Una cuarta casa les fue entregada tiempo después.

Con la idea de no seguir remodelando casa familiares para convertirlas en “orfanatos bonitos tipo Anita la Huerfanita”, se ideó el Proyecto de Las Villas de Los Chiquiticos en Caurimare que gracias a la significativa colaboración de diferentes empresas privadas, organismos gubernamentales y el compromiso de sus creadoras, abrió sus puertas en el año 2004 con 84 niños viviendo en ellas.

La Fundación Amigos del Niño que Amerita Protección (FUNDANA) brinda un hogar a niños de los cero a seis años de edad, que han sido victimas de maltrato, abandono o negligencia, a través de sus casas de abrigo Las Villas de “Los Chiquiticos”.

“Algo que siempre toma en cuenta FUNDANA es demostrar su agradecimiento a todo aquel que colabora para el éxito de sus actividades. El abuelo de Elsa decía: “de lo que cuesta poco da mucho”,

con eso refiriéndose a dar las gracias, una sonrisa de apoyo, una palmada de reconocimiento, un abrazo de confianza.”

Elsa Levy: en La Suma de Mis Amores.

Por primera vez en Venezuela FUNDANA logró reunir a treinta y siete bancos, los cuales donaron una suma de mil quinientos millones de bolívares.



En el edificio administrativo de FUNDANA, en la Villa de Los Chiquiticos, se expone en una pared dedicada a la Asociación Bancaria, el reconocimiento a cada una de las instituciones financieras que colaboraron. En la parte central del logo que caracteriza a los chiquiticos, ha sido incrustando el logo de cada uno de los Bancos, un total de 37 instituciones financieras mas el de la Asociación Bancaria están desplegados para que toda persona que visita a FUNDANA pueda ver la manifestación de GRACIAS.....

La cerámica, las piezas sanitarias, puertas, rejas, pinturas, cabillas, cerraduras, lámparas, también fueron donaciones.

Como muestra de agradecimiento se encuentran, en las diversas paredes del edificio central-oficinas de FUNDANA- en el complejo las Villas, placas dedicadas a cada uno de los donantes con mensajes como

Algunos ejemplos:

“Los chiquiticos iluminamos nuestro futuro gracias a las lámparas de.....

“Los chiquiticos duermen en colchones , Gracias“.

“Los chiquiticos pisan sobre pisos limpios gracias a.....

Programas de Financiamiento:

Eventos:

La Subasta

Reconocidos artistas ofrecen su arte trabajando en piezas de madera que identifican a FUNDANA y las piezas intervenidas son subastadas en un evento con gran acogida por público asistente.

Versión I: 2005 *El logo de FUNDANA*

Versión II: 2006 *El logo de las Villas*

Versión III: 2007 *dos manos*

Los artistas, ejerciendo su sentido de responsabilidad social a favor de los niñ@s mas necesitados, contribuyen donando las obras por ellos trabajados.

Con el apoyo de empresas privadas se logra imprimir un catálogo de recuerdo de la subasta en el cual se agradece calurosamente a los artistas, empresas y amigos de FUNDANA.

Hasta el último Cartucho:

Programa de Autogestión con la participación de más de 800 empresas que envían los cartuchos vacíos de impresoras, los cuales son vendidos posteriormente a través del programa de Recicladotes. Con los recursos recaudados costea parte de los gastos de funcionamiento.

Plan Padrino:

Con un aporte mensual a partir de Bs. 50.000 se apadrina a uno de los Chiquiticos de FUNDANA.

3. Seguimiento:

Debe existir una relación posterior y permanente con el donante. Quien da una vez, da la segunda y... cada vez puede ser mayor la donación.

Enviar información acerca del destino de su aporte. A ser posible, acompañado con una fotografía y en fechas especiales enviar felicitaciones. Invitarlo a los actos oficiales de la institución.

Al acercarse el aniversario de la donación inicial y si han seguido las recomendaciones de agradecimiento y seguimiento, preparar una nueva solicitud, esta vez por una cantidad superior si el análisis situacional puede resistir.

CASO FUNDACION TRICOLOR-2

Contacto con Padrinos durante varias fechas significativas como por ejemplo, fin del curso incorporando la entrega de notas del primer y segundo semestre con notas fin de curso, Días del Padre o de la Madre, Día del Niño o Navidad.

Caracas, 02 de Agosto del 2006

Xxxxxxx

Estimada amiga:

En esta ocasión, es un placer enviarte la copia de la boleta de tu ahijada xxxxxxx, correspondiente a este último período escolar. Como te darás cuenta sus notas son altamente satisfactorias, y sin duda consideramos que este resultado es gran parte gracias al rol que has asumido como padrino.

Aprovechamos la ocasión para invitarte a que en este próximo año escolar 2006 – 2007 continúes apadrinando a xxxxxxx, como un reconocimiento a todo su esfuerzo. Por ello te hacemos envío de la planilla para que sí quieres, la llenes y nos indiques la forma en que deseas realizar tu aporte.

En nombre de la Fundación Tricolor, de la Asociación Civil Mano Amiga y de todos los niños una vez más mil gracias.

Atentamente,

Presidente Fundación Tricolor. Firmado a mano, a ser posible con tinta color azul

Caracas, 6 de diciembre de 2006

Señor

Xxxx

Estimado xxxxx:

Unas breves líneas para desearte a ti y a toda tu familia unas Felices Pascuas y que el año 2007 les brinde a todos paz y prosperidad.

Esta época navideña, llena de alegría y esperanza, especialmente para los niños, es propicia para darte las gracias a nombre de tus ahijados XXXXXXXXX, alumnos de la escuela Mano Amiga en la zona rural de Turgua, Municipio El Hatillo, de la directiva y de todos en la Fundación Tricolor.

Con un cordial saludo, quedo de ti,

Muy atentamente,

Coordinadora de la Fundación Tricolor

CASO IESA -2

Homenaje a fundadores, patrocinantes y amigos del IESA en sus primeros 40 años

Objetivo:

- Rendir homenaje a todas aquellas personas jurídicas y personas naturales que han contribuido al desarrollo del IESA a través de donaciones o aportes tanto monetarios o en "especie"
- Rendir homenaje a todos aquellos que contribuyeron de igual manera pero que ya no están entre nosotros
- Fomentar y estrechar la relación afectiva con el IESA
- Agradecer el apoyo al IESA
- Promover el apoyo al IESA

Carta de invitación, firmada por la más alta autoridad de la Institución.

Caracas, 9 de enero de 2006

Sr.

xxxxx

Estimado xxxxx,

Es para las autoridades, personal académico y administrativo de IESA una satisfacción invitarlo a un homenaje el próximo miércoles 25 de enero, en agradecimiento a todos aquellos que, como usted, nos han apoyado y acompañado en nuestros primeros cuarenta años.

Nos honraría contar con su presencia para manifestarle personalmente nuestras más sinceras gracias por haber participado en la tarea conjunta para lograr que el IESA sea la única institución

académica de cuarto nivel que abarca la administración de empresas y la gerencia pública y social, posicionada como la mejor en Venezuela y una de las más reconocidas en América Latina, siendo sus egresados líderes comprometidos con el desarrollo de organizaciones privadas, públicas y sin fines de lucro, y con la responsabilidad social que tanto necesita nuestro país.

Adjunta una invitación para el Homenaje y los datos de contacto para confirmar su asistencia. Reciba mi más cordial saludo.

Atentamente,

Presidente del Consejo Directivo del IESA

Reconocimiento:

1. Acto formal

1. Palabras de Autoridades
2. Dedicatoria del Jardín en la Sede Principal y colocación de la Placa

Texto de la Placa:

Dedicamos este espacio a todos aquellos que en estos 40 años, nos han acompañado en el camino, compartiendo nuestra misión de *“formar personas capaces de asumir posiciones de liderazgo, como profesionales, gerentes o empresarios para contribuir al éxito de organizaciones privadas, públicas y sin fines de lucro”*. Sin su incondicional apoyo institucional hubiese sido muy difícil llegar a nuestros primeros cuarenta años.

3. Entrega de un Obsequio: Bandeja conmemorativa con la siguiente inscripción:
En agradecimiento por su apoyo en estos primeros 40 años

BIBLIOGRAFIA

PUBLICACIONES, FOLLETOS, MATERIAL INFORMATIVO Y PAGINAS WEB DE LAS OSC:

AVESID

ALIANZA SOCIAL DE VENAMCHAM

ASOCIACION GUIAS SCOUTS DE VENEZUELA

FE Y ALEGRIA

FUNDACION MANIAPURE

FUNDACION TRICOLOR

FUNDANA

FUNDACION VENEZOLANA CONTRA LA PARALISIS INFANTIL PROCURA

IESA

SENOSAYUDA

UCAB

WIZO