

# **Fundación IDEAS- IESA**

## **MECANISMOS DE SOSTENIBILIDAD PARA INSTITUCIONES SIN FINES DE LUCRO Y EMPRESAS SOCIALES**

(A.C. , Fundaciones, ONG y ODS)

**Facilitadora del Taller y Redactora de los Documentos  
(Laminas, Manuales y Lecturas)**

**Carmen Cecilia de Mayz  
2019**

# Objetivos del Taller

- Conocer las bases conceptuales de la procura:
  - Definiciones
  - Recursos Humanos
  - Planificación
- Revisar las estrategias para acceder a:
  - Personas Naturales
  - Personas Jurídicas
- Analizar herramientas básicas para el uso de las redes sociales y su aplicación en las ODS. *Fund Raising 2020*
- Seguimiento y agradecimiento.

# Aprenderemos que.....

Solicitar fondos NO es buscar plata....



Es..... permitir a una persona natural o jurídica (inversionista social, donante, aliado, socio)

que, con su ..... (aporte, donación, servicio, tiempo, contratación de nuestro producto AUTOSOSTENIBILIDAD ) pueda compartir el placer de llevar a cabo un proyecto de bien común en beneficio de una determinada comunidad...



# ¿Qué recursos se pueden LOGRAR ?

Financieros:

Dinero

Subvenciones institucionales.



No-Financieros: deben contabilizarse a valor de mercado:

Bienes, Servicios y Voluntarios.

Oportunidades:

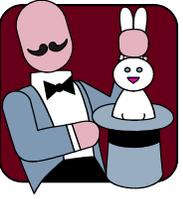
Intercambios y capacitación de recursos humanos y participaciones en eventos, congresos, concursos.

Publicidad- Reconocimiento-Reputación



# Instituciones sin fines de lucro- ONGs- ODS- EMPRESAS SOCIALES

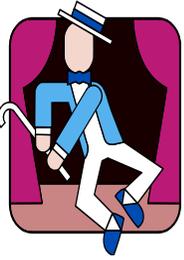
<https://www.bbva.com/es/que-es-una-empresa-social/>



Lleva a cabo actividades de planificación, de ejecución y de operaciones administrativas y financieras que le permitan realizar su misión:

- Prestan servicios con cobro (reconocimiento de la experticia)
- Comercializan productos registrados y crean unidades para obtener ganancias (tiendas, talleres)
- Reciben apoyo regular de amigos, afiliados y voluntarios.
- Se asocian con empresas (mercadeo con causa, tarjetas de crédito)
- Organizan Eventos diversos para públicos específicos.
- Incorporan Celebridades como Voceros institucionales.
- Se incorporan a Redes -Alianzas en su área de intervención nacionales e internacionales
- Están presentes y son activas en las redes sociales; informan y recaudan mediante estos nuevos medios.
- **Gerencian la Institución en forma profesional, incorporan una unidad de desarrollo, promoción Sostenibilidad y promueven la innovación**

# Nuevas Tendencias: EMPRESA SOCIAL

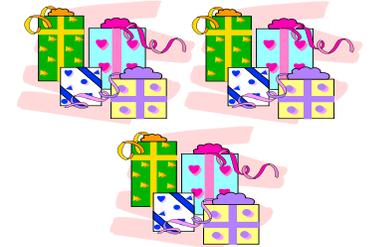


1. GERENCIA, PLANIFICACION, COMUNICACIÓN  
(redes sociales y story telling)

2. La Autogestión:  
*prestación de servicios dada la experticia y experiencia de la ODS.*

3. La participación de la base de la pirámide...

- *Crowd funding* muchos aportes con poca cantidad
- Eventos abiertos
- Mercadeo con Causa.



4. Uso de las redes sociales- community manager

# Premisas

La gente apoya causas concretas presentados por personas responsables.

No financian a la institución por ella misma, sino por ser el ente responsable de la ejecución de programas, de proyectos.

La recaudación de fondos es una labor de personas, no de instituciones.

Se venden los resultados, las soluciones, no los problemas.

El impacto

# Barreras, Errores y Razones ....



Miedo al rechazo

No estar claro, a quién, cuánto, ni para que se invita a invertir



1. No dar la oportunidad de contribuir (no invitar)
2. Usar solamente material escrito
3. No investigar
4. Desconocer factores externos
5. No cultivar nuevos donantes
6. No ser creativos
6. Olvidarse de los viejos
7. No trabajar en equipo
8. y tantos .....

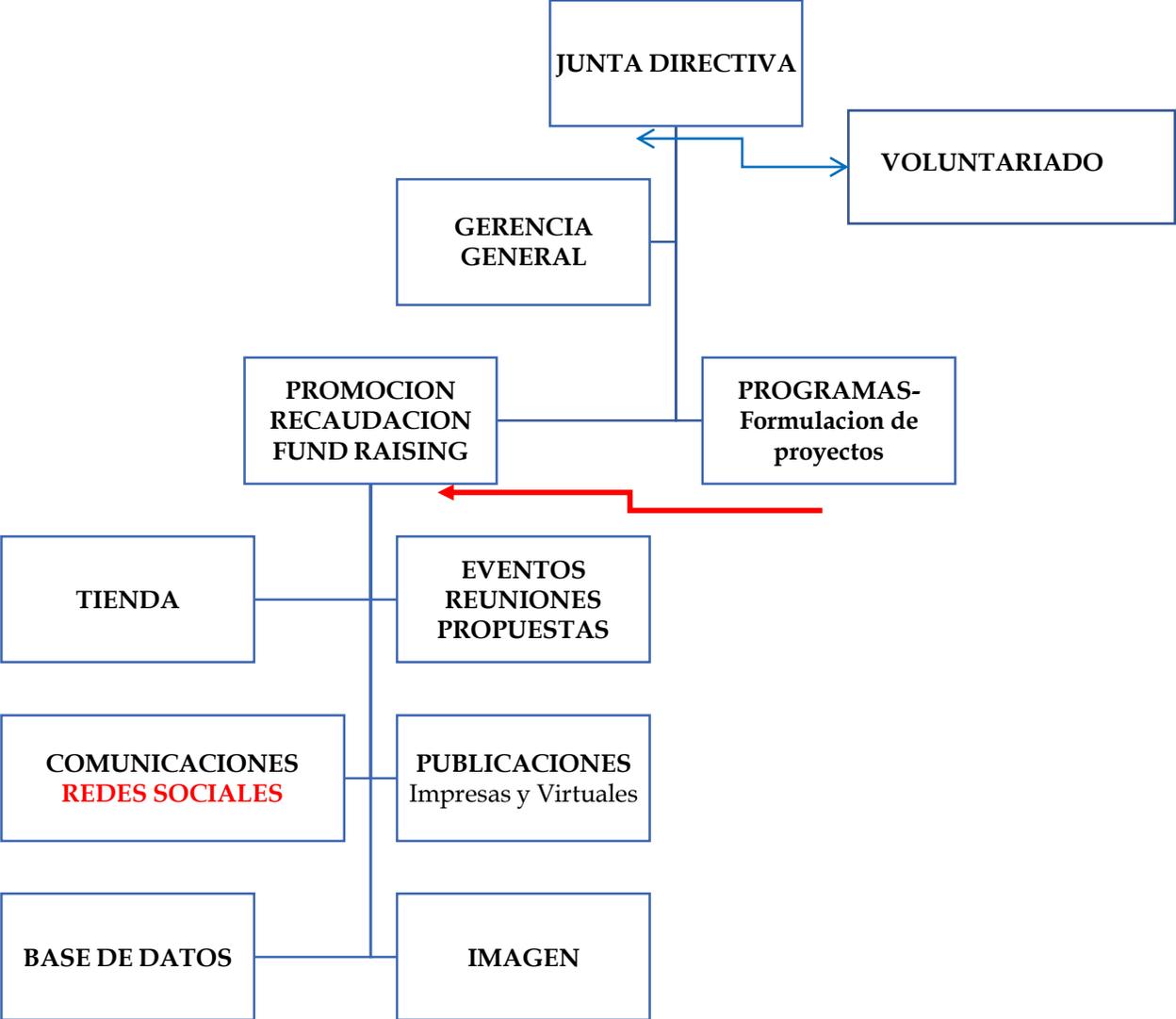


Vanidad y Sentimiento

Afiliación y Poder

PORQUE SE SOLICITA en forma organizada y planificada.

# MODELO DE UNA UNIDAD DE PROMOCION, DESARROLLO, FUND RAISING 2020, SOSTENIBILIDAD



## De la UNIDAD

Planifica, diseña y ejecuta conjuntamente con la Directiva y el grupo gerencial las acciones tendientes a la obtención de los recursos.

Debe hacer que el donante

*se motive .... reflexione.... y actúe*



# La ética en la recaudación

- Código de Ética:
- Los deberes del solicitante
- Los derechos del donante
- Importancia mundial a los valores éticos

# Roles y Responsabilidades

## De la Junta Directiva:

Líderes informados del entorno político, social y económico, de la causa (misión) y de la propia organización.

Un mix generacional y de profesiones relacionadas. Personas comprometidas

Vínculo con la Sociedad: ANTENA

Don... Obt... Rem.... (3 Gs)



## Del Personal Gerencial:

Profesional Capacitado, Solidario, Motivado

## Del Voluntariado:

Comprometido, Responsable, Informado, Solidario

Apoyo en Actividades, según necesidades de la institución y las áreas de su interés vocacional o afectivo.

NO ES ESCLAVO.... NO ES PRIMA DONNA...



# Características y Obligaciones

Actitud mental positiva: Optimismo.



El trabajo es una cruzada: Motivación al logro.

Organiza, planifica y ejecuta **en equipo**.



# Plan estratégico para la recaudación



¿ \$\$\$ ?

¿ Bs ?

- PLANIFIQUE
- PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL-
- PLAN MAESTRO
- BUSINESS PLAN

# Requisitos previos

Recaudar requiere:

una solicitud formal ante el posible financiador.

Una solicitud formal ante un inversionista necesita:

una propuesta acorde a unas pautas mínimas exigidas por el financiador.

Una propuesta exige:

la formulación de un proyecto con todos los datos y la documentación que requiere una presentación profesional: objetivos, indicadores, población objetivo, presupuesto etc.

# Elementos básicos para planificar

Imagen de la ONG.

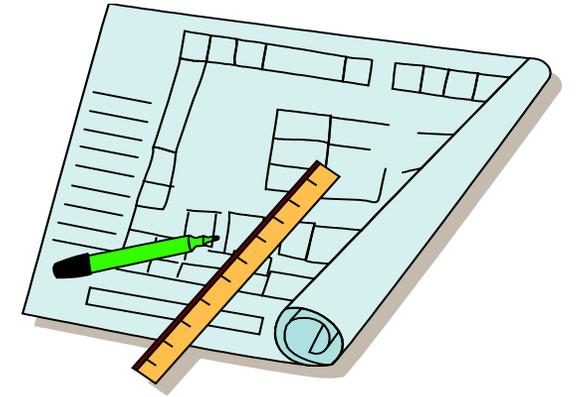
Misión y análisis DOFA.

Recursos humanos comprometidos.

Situación de otras ONG: competidoras y aliadas.

Material de apoyo. Impreso, Digital, Presencia en Redes

**REQUISITOS LEGALES E IMPOSITIVOS**



**Banco de Proyectos:**

Proyectos y propuestas.

**PORTAFOLIO DE INVERSION (productos)**

Identificación completa de Inversionistas, Aliados.

Base de Datos-CRM

**CARTERA DE INVERSIONISTAS (clientes)**

# REQUISITOS LEGALES E IMPOSITIVOS

ANALISIS DE DOCUMENTACION LEGAL E IMPOSITIVA	SI	NO	Comentarios
Acta Constitutiva y Estatutos Registrados			
Ultima Modificaciones al Acta Constitutiva y Estatutos Registrados			
Ultima Acta con nombramiento de la junta directiva Registrada			
Acta de nombramiento de la junta directiva o representante autorizado por la institución para recibir y firmar documentos y donaciones			
N° de RIF Actualizado			
Exención de Impuestos sobre la Renta			
Exoneración de impuestos sobre donaciones y sucesiones.			
Balances generales y estados financieros de los últimos 2 años certificados por contable			
Informe de auditor externo.			
Emite facturas según últimas especificaciones del SENIAT			
Emite recibos según ultimas especificaciones del SENIAT			
Carpeta de Declaración Mensual de Donaciones ante el SENIAT			
Inscripción en Organismo nacional de adscripción y Consejos u entes regulatorios del área de intervención. (Ministerios, Alcaldía u otros)			
Plan Estratégico Institucional a mediano plazo (M, V, Obj. Estratégicos)			
Portafolio de Proyectos o Iniciativas Sociales a las cuales es necesario apoyar con recursos			
Presupuesto General año anterior y actual- variables			
En caso de ser un proyecto de infraestructura: Propiedad de terreno e instalaciones- Documento de Comodato			
Solvencia Municipal			
Permisos de funcionamiento de entes regulatorios			
Permisos de construcción y rehabilitación por autoridades municipales.			
Inscripción en entes regulatorios <ul style="list-style-type: none"> <li>• IVSS                      * BANAVIH                      * INCES</li> <li>• MINPPTRAS            * Otros</li> </ul>			
Tiene acceso a INTERNET			
Dominio –nombre registrado- logo – etc. para pag. web.- portal.			
Cuentas de la institución en redes sociales ¿Cuáles?			
Carta aval o de aprobación por parte de la comunidad donde se desarrolla la obra			

# TAXES AND CHARITABLE DONATIONS STATUS 501(C)

The 501(c) is a subsection under the United States Internal Revenue Code, and relates to non-profit organizations and tax law and identifies which nonprofit organizations are exempt from paying federal income tax

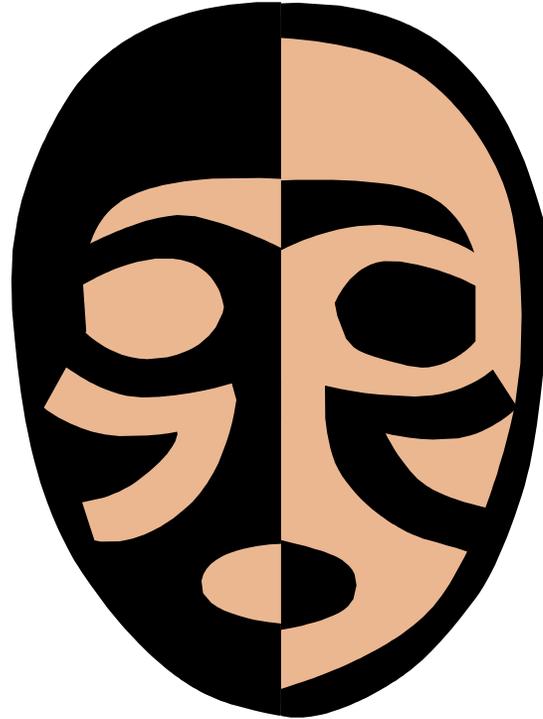
- 501(c)(3): Corporations, funds or foundations that operate for religious, charitable, scientific, literary or educational purposes
- 501(c)(4): Nonprofit organizations that promote social welfare
- 501(c)(5): Labor, agricultural or horticultural associations

Within certain limitations, the Charitable Contributions Deduction allows taxpayers to deduct their cash and property contributions to qualified charities.

# Personalidad de donantes

- Naturales

- escogidos de acuerdo a su potencialidad financiera
- relacionados afectivamente con la causa, la ISFL o el proyecto.
- desconocidos



- Jurídicos

- entes del estado
- corporaciones y fundaciones privadas
- organismos internacionales:
  - gobiernos
  - multilaterales
  - especializados
  - empresa privada

# Inversionistas y Aportes, Meta: 1.000.000



# Personas	Monto
1	1.000.000
2	500.000
4	250.000
5	200.000
10	100.000
100	10.000
200	5.000
1.000	1.000



# Inversionistas:

## 1. Personas Naturales



Desconocidos-----

Campaña Masiva/Eventos Autogestión/

Relacionados-----

Campaña Escrita/ Eventos/ Autogestión

Escogidos-----

Cara a cara / Eventos

análisis previo detallado.

# Inversionistas:

## 2. Personas Jurídicas



Seguir las instrucciones de la institución para presentación de proyectos:

- documentos exigidos

- rango de donación

- cronograma (tiempos)

- Metodología de Proyectos (marco lógico)

Carta de presentación del proyecto

Hacer seguimiento a las dos semanas con el contacto interno, si lo indica

Verificar si se requiere información adicional

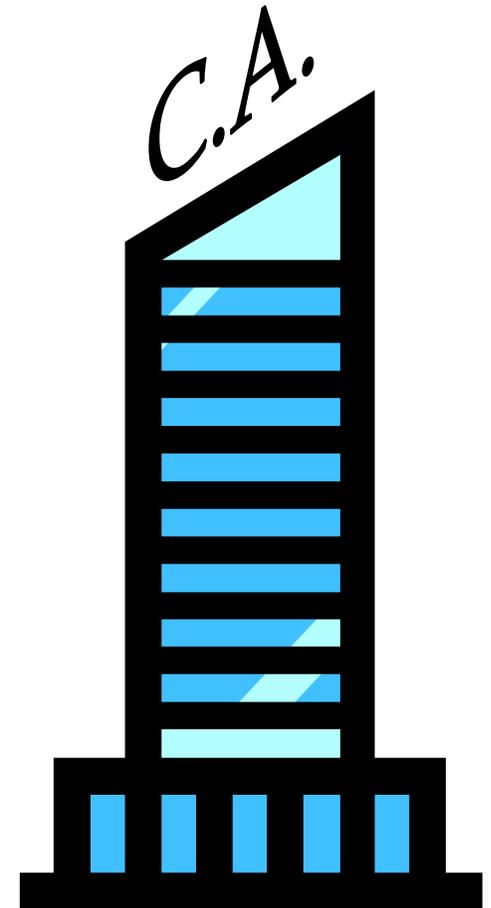
# Las corporaciones y sus fundaciones

- No donan INVIERTEN.
- Análisis igual al donante individual antes de solicitar.
- Tienen intereses concretos y exigencias muy específicas.
  - Solicitudes profesionales llenando planillas y presentando documentación exigida.
  - (vía correo electrónico, pág.. web., archivos digitales)
- OTROS CANALES: Area de Mercadeo

Advertisment- Publicidad

Brand- Marca

Product- Producto



# Base de datos de los donantes

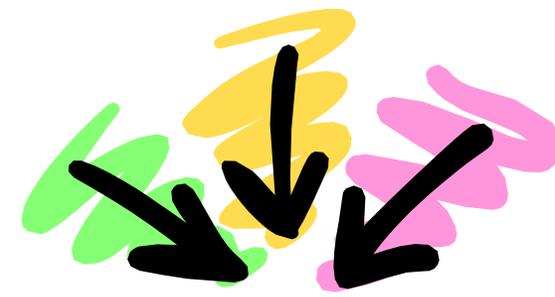
Buscar toda la información posible para la base de datos.

1. Nombre (si es jurídico: cada miembro de directiva y gerentes)
2. Dirección, tel., fax., e-mail
3. Relación con ONG  
(contacto y responsable)
4. Interés del donante.
5. Donaciones anteriores
6. Rango de donación  
(**expected, possible, real**)
7. Plan de acción: cómo? con quien? donde?  
cuándo? cual propuesta?- trabajo en equipo con directiva



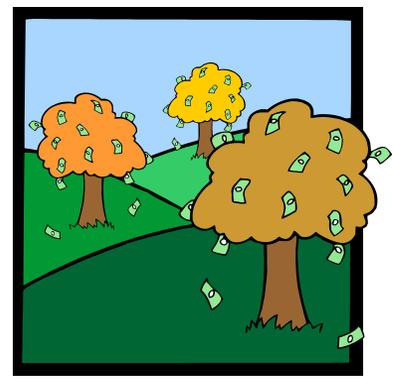
# Uso de Estrategias y Herramientas de Mercadeo

Con el uso del Mercadeo, se logra:



- Definir un nicho de servicios que oferte a necesidades existentes.
- Llegar a una audiencia determinada con un mensaje que motive a responder.
- Resaltar con su oferta de servicios/productos para lograr atención, apoyo y entusiasmo del publico externo/interno.
- Tener un mayor impacto en la agenda de bienestar social de su comunidad.
- Evaluar periódicamente los resultados.
  - Promover los valores institucionales.
  - Colaborar en lograr la misión.
  - Incrementar recursos para ejecutar sus actividades.

# Técnicas de recaudación



1. Cara a cara: donante especial
2. Por escrito a:
  - instituciones públicas, fundaciones y corporaciones, nacionales o internacionales
  - relacionados afectivamente
3. Eventos
4. Autogestión
5. Campaña Masiva
  - mercadeo directo: rifas, teletones, visión-radio, E-mail, Pág. Web y Redes Sociales
  - Mercadeo con Causa
  - Crowd Funding- uso de redes sociales e internet.

# 1. Cara a cara

A inversionistas de alta potencialidad financiera



Estudio total y completo de la persona y/o de la institución y de su directiva

Tip de oro: buena relación con la secretaria.

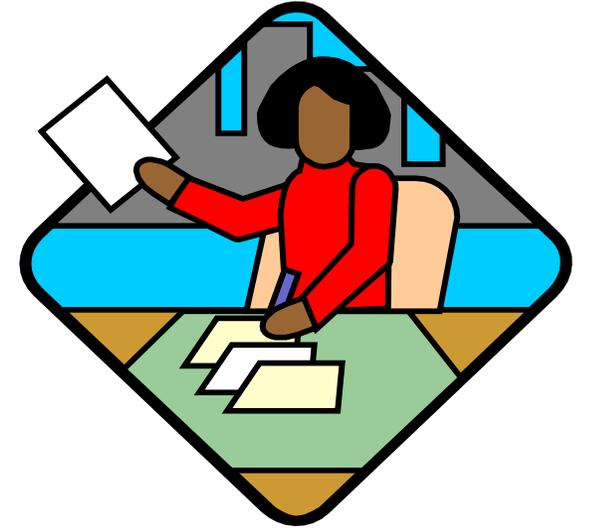
Material de apoyo (propuesta, solicitud documentación **TOTALMENTE LEGAL Y AL DIA**)

Acompañado de contacto y del responsable del proyecto si fuese posible.

Seguimiento.

## 2. POR ESCRITO

- PERSONAS NATURALES RELACIONADAS
- PERSONAS JURIDICAS: PROPUESTAS FORMALES DE PROYECTOS



# Campaña escrita a personas naturales HOY E MAIL .....



Grupo de donantes medianos, con relación afectiva con la causa o la ISFL.

Carta que apele a la sensibilidad, firmada por la más alta autoridad de la Organización, podría acompañarse de una nota personal de algún contacto interno.

Anexe algún material de apoyo- hoy digitalizado. Story Telling.

Seguimiento muy recomendable, por escrito al mes.



# Estructura de la comunicación y material



- Saludo y solicitud concreta
- Misión de ISFL indicando
  - *a quién sirve* - *dónde*
  - *desde cuándo*
- Objetivo del proyecto a financiar:
  - *a quien beneficia, -cuando,*
  - *como.*
- Invitación a colaborar
- Despedida agradeciendo de antemano.

- ANEXOS: LINKS. Remitir a *www*, *utube*, etc.
- Uso de Redes:
- Diseño y textos acordes. Variados, Simples, Sobrios, Organizados
- Una Imagen vale más que mil palabras. Fotos, videos
- *Una Historia Real: un testimonio, una opinión.*

# Apoyo de miembros, amigos y afiliados

## DONACIONES RECURRENTE

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. HOY por la pag. web, internet y Redes Sociales- Comunidad 2.0

Registro actualizado de datos de las personas u organizaciones que desean colaborar con la causa.

# PROYECTOS- PROPUESTAS A EMPRESAS

- Aportes de las empresas privadas, instituciones públicas, fundaciones y corporaciones- nacionales o extranjeras- organismos internacionales y multi laterales.
- Actualmente, la inversión empresarial o corporativa esta relacionada con la inversión mediante los programas de responsabilidad social empresarial:
  - Relacionados con el negocio básico de la empresa y de la comunidad donde opera.
  - Siguiendo pautas de la Agenda 2030 de Naciones Unidas: Objetivos de Desarrollo Sustentable.

## PORTAFOLIO DE PROYECTOS

# **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



## Presentación de la ONG y su(s) proyecto(s)

- ANTES EN FOLLETOS. HOY EN LAS REDES

• Se describe la organización solicitante para dar a conocer la credibilidad y la responsabilidad en la opinión pública.

breve historia de la institución, misión, visión, ejemplo de actividades.

- Indicar que la organización solicitante es financieramente responsable, bien gerenciada, ofrece importantes servicios a la comunidad

- Documentar los datos con estadísticas, comentarios de terceros e impresos digitales o en papel.



# Documentación exigida

Estatutos y Acta Constitutiva.

Documentos de excepción de impuestos. (Venezuela- USA)

Lista de la directiva y de sus áreas de trabajo.

Presupuesto del año en curso y del año anterior.

Análisis financieros auditados de los últimos dos años.

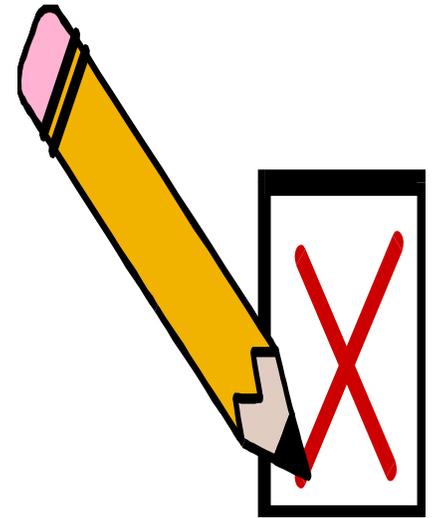
Plan Estratégico de los próximos 2 años. En caso de no tenerlo, una lista de las metas del próximo año.

Información sobre otros financiamientos externos:

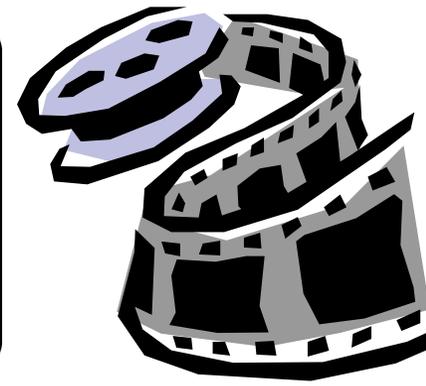
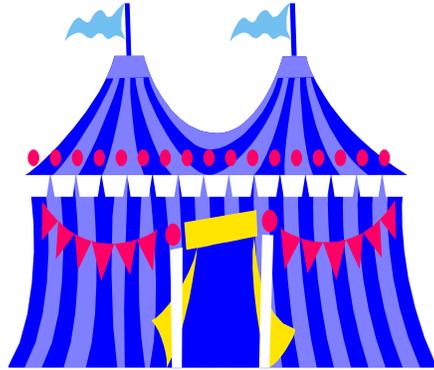
recibidos para otros proyectos, montos y fechas,

solicitados para el proyecto, indicando a quién y cuanto.

Referencias de personas o instituciones de reconocida solvencia financiera y moral.



### 3. Eventos



Actividades especiales con objeto de dar a conocer el proyecto y/ o la ODS ante el público.

**Mucho trabajo** en su preparación.

No necesariamente ofrecen grandes aportes, pero son fuente de potenciales donantes

**Requieren patrocinio para tener éxito financiero.**

Se trabajan de acuerdo al mercado-objetivo

## 4. Autogestión

### 4.1. 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.

### 4.2. Gerencian empresas (comerciales- recreativas)

Con el fin de obtener ganancias, vendiendo directamente a un público 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.

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

## Estrategia de Mercadeo

## 5. Masiva y Publica

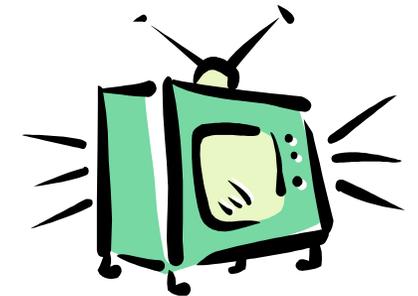


Abierta, pública a través de los medios. Y REDES SOCIALES  
Dirigido al donante desconocido, masivo.

Debe hacerse anualmente para penetración.

Da mucha publicidad, no necesariamente dinero, sobre todo al  
comienzo.

Permite la participación de gran parte de la población, con aportes  
acordes a su rango de donación.



RIFAS, VENTA DE BONOS, LOTERIAS, ALCANCIAS

*HOY Las micro donaciones: CROWD FUNDING*



# Nueva estrategia de *Fund Raising*

*Financiamiento de proyectos en línea:*

- **APORTES INSTITUCIONALES** (*solicitudes, monitoreo y cierre*)



*Se informa, comparte, solicita y agradece ... ..*

**TODO EN LÍNEA.**



# micromecenazgo, *crowdfunding* o financiación colectiva

- <https://www.youtube.com/watch?v=LvGa1JnSRck>
- <https://www.youtube.com/watch?v=K366Gb5zegY>
- <https://www.youtube.com/watch?v=kZSZtQr8M5U>
- <https://www.youtube.com/watch?v=9Hf69ZMBDPM>
- <https://www.youtube.com/watch?v=CdnTt-JeeyY>
- <https://www.youtube.com/watch?v=0Y5bZjkJ04o>



# PLATAFORMAS DE CROWD FUNDING

- **ESPAÑA:**

<https://www.universocrowdfunding.com/principales-plataformas-crowdfunding/>

- **USA:**

<https://www.crowdfunding.com/>

- **AMERICA LATINA:**

<https://www.universocrowdfunding.com/plataformas-de-crowdfunding-en-latinoamerica/>

- **VENEZUELA:**

[WWW. crowdfunding Venezuela](http://www.crowdfunding Venezuela)

# ¿POR QUÉ?

- La presencia en redes valida la legitimidad institucional.
- Si no se está en el mundo virtual- en la comunidad 2.0, se duda de:
  - ¿quien eres?,
  - ¿que haces,
  - ¿a quien beneficias.
- WWW. **XXX** es el carnet de IDENTIFICACION en el mundo virtual.
- Simplemente no existes si no se te puede encontrar en internet.
- El uso de TICs no es OPCIONAL, es NECESARIO.

# Realidad

- Con tan solo una computadora e internet, el mensaje puede ser recibido por millones de potenciales donantes, voluntarios, clientes y hasta por futuros empleados.
- El protagonismo de las redes sociales y su incremento en el uso diario ha traído como consecuencia dejar a empresas fuera de juego en su estrategia con respecto a la comunicación, investigación, mercado y repercusiones sobre sus marcas. LO MISMO A LAS ODS.
- Existen muchos medios sociales (SOCIAL MEDIA):

# Herramientas de internet

Correo Electrónico

Redes Sociales



Web sites



Celulares

Introducing  
[giving.duke.edu/mobile](http://giving.duke.edu/mobile).

Access giving information,  
tools, and directories on the go.



Learn More

# Redes Sociales



- Es un espacio informal en el cual se pueden dar a conocer asuntos importantes.
- Una estrategia de bajo costo para lograr una red de apoyo con quienes se comparten ideas e información.
- Amigos con Amigos, se siente menos presión y es mas amigable.
- Se pueden colocar fotos y videos de la organización, de los donantes, de los beneficiarios. **UNA IMAGEN VALE MAS QUE MIL PALABRAS**
- Permite la creación de:
  - un grupo (social media hub) de intercambio de experiencias
  - Foro (permite testimoniales)

# RECOMENDACIÓN 1

- Para empezar a tener presencia en la comunidad 2.0 :
  1. Correo Electrónico xxx@ ... mail.com
  2. Sitio Web: pagina/blog: www.xxxxxx.ORG
  3. Facebook
  4. Twitter
  5. You Tube
  6. Instagram

# RECOMENDACIÓN 2

- No tiene dominar todas las herramientas de Internet.
- Centrarse en la captación de seguidores en una sola herramienta antes de pasar a otra.
- Tome su tiempo para mirar los mensajes que tienen más éxito en cada herramienta.
- Lo que funciona para una herramienta podría no funcionar para otra.

# RECOMENDACIÓN 3

- Mantener las redes constantemente actualizadas.
- Si la última actualización fue de 4 semanas, se podría comenzar a preguntarse por qué.
- Preste atención a los comentarios sobre todos estas redes.
- Interactúe con los que interactúan con usted. Esa es la forma de construir una comunidad en torno a su misión/causa/beneficiarios

# ¿QUIEN SE ENCARGA?

## *Community Manager*

Mantener las redes sociales y la web, pág.. o portal al día

Responsable de:

Diseño de la página atractiva.

Moderar mensajes.

Incentivar la interacción con el usuario.

No spamear.

Definir a quienes seguimos

# Community Manager

- Las herramientas que el [Community Manager](#) necesita manejar son las siguientes:
- Plataformas para hacer redes (ejemplo las redes sociales más conocidas como Facebook y Twitter).
- Plataformas para subir videos:
  - [www.youtube.com](http://www.youtube.com) (la mas conocida)
  - [www.vimeo.com](http://www.vimeo.com)
  - [www.metacafe.com](http://www.metacafe.com)
  - [www.revver.com](http://www.revver.com)
  - [www.tubemogul.com](http://www.tubemogul.com), etc.
- Plataformas para almacenar links (SnipIt – Guardar o almacenar enlaces online para ver después).
- Plataformas para gestionar diversos perfiles:
  - Alternion
  - TweetDeck
  - HootSuite, etc
- Plataformas para gestionar KPIs (Indicadores de Gestión)

# Website [www.xxxxxx.org](http://www.xxxxxx.org)

*Un website puede ser un blog, pags. web, o un portal*

Un blog se puede construir **de manera fácil y rápida**, mediante el uso de cualquiera de las siguientes aplicaciones:

- WordPress,
- Google Sites.
- <https://www.blogger.com/about/?hl=es>
- <https://www.odoo.com/es>
- <https://www.mozello.es>

# Requisitos para existir en Internet. www

- DOMINIO

- Privilegio del uso de un NOMBRE. Inscripción del dominio xx.org.ve en Venezuela y xx.org, revisión de disponibilidad

- HOSTING

- Hospedaje en espacio de memoria en servidores. Revisión de oferta gratuita.

- DESARROLLO

- Diseño, programación, contenido, cronograma, grillo (control y evaluación)

Recomendación: Los dos primeros contratar a un outsourcing.  
Responsabilidad de profesionales



**Blogger es un servicio con el fin de ofrecer una plataforma con la que cualquier usuario pudiera expresarse en internet a través de la publicación de contenidos en blogs propios.**

Es un sistema sencillo que no tiene otra finalidad más allá de la publicación de textos o difusión de información, pero que siempre tiene cierto toque amateur debido a la posibilidad de uso para cualquier persona.

# Debilidades y Amenazas

- Su sitio web debe ser constantemente actualizado.
- Requiere tiempo, dedicación, contenido, imágenes y alguien QUE LO HAGA.
- Puede ser hackeado
- Pude perderse la información, si no se toman las medidas requeridas (respaldo)

# Fortalezas y Oportunidades

- Tener un sitio web es muy importante para crear una identidad en línea con tu ODS.
- Si se escucha algo de una ODS y se quiere saber más, ...se *googlea* para encontrar información...
- ¿Quieres que te encuentren?. su sitio web es la plataforma de lanzamiento en el resto del mundo social media.
- Este es un gran lugar para compartir historias e imágenes de éxito, noticias, donaciones, voluntarios y mucho más.
- Permite el intercambio de información entre seguidores, otras ONG's y especialistas de información.
- Ayuda a recibir apoyo financiero y no financiero .
- Un sitio web propio es fácil de crear.

# 10 TIPS DE CONTENIDO PARA PÁGS.WEB Y BLOGS PARA ONGS

1. Descripción Clara de la Misión/ Propósito de la Organización. Una o dos oraciones ubicadas en posición prominentes. Fotos e imágenes son importantes.
2. Información concisa, pero completa de la experiencia e historia de la ODS y data básica.
3. Se debe ofrecer la información necesaria para todo tipo de visitantes y que encuentren fácilmente lo que están buscando.

# 10 TIPS DE CONTENIDO PARA PÁGS.WEB Y BLOGS PARA ONGS

## 4. Información para Donantes

- *¿ cómo pueden donar?,*
- *¿ qué programas específicos pueden apoyar?,*
- *metas de cada proyecto y el progreso,*
- *¿ cómo sera usado el dinero?,*
- *informacion sobre beneficios y deducciones del impuesto (Venezuela y USA*

## 5. Información para Voluntarios:

*En que pueden trabajar, como pueden tener un impacto.*

Manual del Voluntario de la XXX, ONG

# 10 TIPS DE CONTENIDO PARA PÁGS.WEB Y BLOGS PARA ONGS

## 6. Incluir fotos y testimoniales de la P.O.

Historias sobre el impacto que se logra . STORY TELLING



These are some great kids in a rural area of Ghana who would love the opportunity to stay in school.  
**\$90 can pay for an entire school term! Will you help?**

## 7. Información para hacer contacto

Se deben dar datos sobre la forma de contacto:

WWW., dirección electrónica, teléfono ubicación, persona responsable, etc.



#### MAILING ADDRESS & PHONE NUMBER

---

2000 Prentiss Place, Memphis, TN 38112  
(901) 333-6500

#### E-MAIL ADDRESS

---

We want to hear from you! Tell us about your recent visit, suggest ideas for our Web site, s  
animal question, or send a note to one our staff.

[zooinfo@memphiszoo.org](mailto:zooinfo@memphiszoo.org)

Questions will be answered within 1 to 2 business days. If you have an immediate need, p  
the Zoo at (901) 333-6500. Regarding questions about book reports, school projects, etc.,

# 10 TIPS DE CONTENIDO PARA PÁGS.WEB Y BLOGS PARA ONGS

## 8. Diseño adecuado a la cultura organizacional

- El diseño debe estar acorde con la ODS, ser consistente con el mensaje y la cultura organizacional.
- Debe comunicar la marca de la ODS.



## 10 TIPS DE CONTENIDO PARA PÁGS.WEB Y BLOGS PARA ONGS

9. Posibilidad de inscripción para recibir información por internet.

Es importante mantener el contacto con la gente que están interesados en la causa y mantenerlos al día.

# 10 TIPS DE CONTENIDO PARA PÁGS.WEB Y BLOGS PARA ONGS

## 10. Sección de Eventos y Noticias

**Traditional:** Feb. 24, 2013 – Final Words From the Cross: “Today You Will Be With Me In Paradise” - [Dr. Andy WolfeListen](#)

### What's Happening

Feb 28 [Finance Office Position Available](#)

Mar 3 [Kids Summer Camp Registration forms](#)

Mar 24 [Lenten Services and Events](#)

Feb 28 [Connect! 2013 Guide to Ministry](#)

Mar 8 [Lil' Lambs Consignment Sale](#)

### Service Information

[Wednesday Dinner Reservations](#)

Follow Us: [Twitter](#)[Facebook](#)

### Trinity United Methodist Church

1400 Oxmoor Rd.

Homewood, AL 35209

Office: 205-879-1737. Fax: 205-868-9714

Care Line: 205-868-9709

# 10 TIPS DE DISEÑO

1. La simplicidad es la clave: sencilla y visualmente poderosa.
2. Diseño consistente a lo largo de toda la navegación del sitio y de las páginas de contenido.
3. El formato del texto debe facilitar la lectura.
4. Limita el diseño a dos columnas.
5. Escriba títulos de página que incrementan la optimización del buscador.
6. Incluye iconos de medios sociales y/o gráficos.
7. Coloca tu Blog dentro de tu dominio
8. Los párrafos deben tener de dos a cuatro oraciones, con pausas de enlace entre ellos.
9. Utilice negrita para los títulos. Lo más importante es evitar largas páginas que requieren el desplazamiento excesivo.

# 10 TIPS DE DISEÑO

10. Tener un botón de “Haz tu donación ahora”.

Y que se permita escoger por área y monto de inversión.

The screenshot shows the GlobalGiving website interface. At the top, there's a navigation bar with the logo and links for 'DONORS', 'NON-PROFITS', 'CORPORATE PARTNERS', and 'ABOUT US'. Below this is a search bar and navigation links for 'FIND A PROJECT', 'GIVE GIFT CARDS', and 'GET INVOLVED'. A prominent banner reads 'the world is full of problems. globalgiving is full of solutions.' To the right, a 'RECENT ACTIVITY' section shows a donation from 'stacy from new orleans, louisiana' to 'Educate an Orphan in Rural Western Kenya'.

The main content area features a 'FEATURED PROJECT' titled 'Lambs Support Village Girls' Education' in Burkina Faso. It includes a photo of a group of people with sheep. The project description states: 'The project buys lambs & school materials for girls' first year of school. It requires parents to raise, sell & purchase lambs to pay for their daughter... Learn more'. Below the description, there are three radio button options for donation amounts: '\$20 - Buys classroom materials for a...', '\$24 - Buys a T-shirt, skirt and book...', and '\$46 - Buys a girl's first lamb which...'. A red circle highlights the '\$20' option. A blue circle highlights the 'give now' button. At the bottom of the project card, there's a 'find more projects >' button.

The website footer shows a taskbar with various icons and a system clock displaying '06:28 p.m.'.

# Acceso y creación

facebook®

The screenshot displays the Facebook Business page. At the top, the browser's address bar shows the URL <https://www.facebook.com/business>, which is circled in red. Below the address bar, the Facebook logo is on the left, and the login fields for "Correo electrónico o teléfono" and "Contraseña" are on the right, with an "Entrar" button. A "Regístrate" button is located below the login fields. The main content area features a video of a woman and a man riding bicycles, with a play button icon. To the right of the video, the heading "Facebook para empresas" is followed by the text: "Hay más de 950 millones de personas en Facebook. Descubre cómo llegar al público adecuado para tu empresa y convertirlo en clientes." Below this text, the "Empezar" button is circled in red. The page is divided into three columns: "Pasos para alcanzar el éxito" with a video thumbnail, "Novedades" with a video thumbnail titled "Facebook's 4 Steps to Business", and "Historias de éxito" with a video thumbnail for "MENBUR". The "MENBUR" section lists two achievements: "35% de aumento en las ventas on-line" and "20% de aumento en las visitas al sitio". The Windows taskbar at the bottom shows the time as 04:49 p.m.

# Acceso y creación 2

facebook®

The screenshot shows the Facebook Business Overview page. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and a login section with fields for 'Correo electrónico o teléfono' and 'Contraseña', and an 'Entrar' button. Below the login section is a green 'Regístrate' button and the text 'Conéctate y comparte con la gente que forma parte de tu vida.' The main header area features the text 'Facebook para empresas' and a green 'Crea una página' button, which is circled in red. On the left side, there is a sidebar menu with several items, including 'Inicio', 'Pasos para alcanzar el éxito empresarial', 'Historias de éxito', 'Recursos para empresas', and 'Noticias'. The 'Pasos para alcanzar el éxito empresarial' item is also circled in red and contains a list of four steps: 1. Crea una página, 2. Conecta con los usuarios, 3. Interactúa con tu público, and 4. Influye en los amigos de los fans. The main content area features a blue banner with a network diagram and a storefront icon, followed by the text 'Tu negocio es para tus clientes. Establece relaciones con ellos, llega a clientes nuevos y mejora las ventas con Facebook.' Below this is a paragraph of text: 'Más de 950 millones de personas hacen clic en "Me gusta" e introducen comentarios una media de 3.200 millones de veces cada día. Si tienes una sólida presencia en Facebook, tu empresa forma parte de estas conversaciones y tiene acceso al marketing de boca en boca más potente: las recomendaciones entre amigos.' At the bottom, there is a section titled 'Cuatro pasos para el éxito empresarial en Facebook'. The Windows taskbar at the bottom shows several open applications, including 'KINGSTON...', 'Marketing e...', 'Microsoft P...', 'Taller\_SM...', and '2 Micros...', along with the system clock showing '04:54 p.m.'.

# Fortalezas y Oportunidades

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

- Te permite ser visible en Google.
- Puedes poner fotos, noticias, videos, etc. trabajar el “storytelling”
- Permite enviar mensajes a tus donantes, voluntarios y seguidores.
- Se puede promover con anuncios (costo asociado).
- Permite comunicar e interactuar: foros de discusión.
- Los seguidores pueden ver actualizaciones en las noticias.
- Puedes agregar encuestas, concursos.
- Promocionar eventos.
- Buscar alianzas con otras organizaciones.
- Puedes usar los grupos o causas que existen en Facebook.
- Posee Insights,
  - para ayudar a ver lo que funciona y lo que no
  - te dice quién es su audiencia y lo que "me gusta".
  - Tener esta información le puede ayudar a adaptar mejor su interacción con su comunidad.

# Debilidades y Amenazas

- Debes dedicarle tiempo y seguimiento.
- Puede ser atacado por “hackers”.
- Debes mantenerlo actualizado para no perder credibilidad.
- PRIVACIDAD
- Bullying

# TIPS

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

- La página debe hacer énfasis en la misión.
- Establecer y mantener relaciones personales con otros miembros de Facebook interesados en tu misión.
- Anima a tus seguidores a publicar comentarios, fotos y videos.
- Actualizarla frecuentemente.
- Anima a tus empleados y voluntarios a comentar sobre sus experiencias.
- Monitorea y mantente actualizado.
- El nombre y dirección de la página web es importante

# Acceso y creación



The screenshot shows the Twitter website in a Google Chrome browser window. The address bar displays "https://twitter.com". The navigation bar includes "Inicio", "Conecta", "Descubre", and "Cuenta", along with a search bar and a "Buscar" button. The main content area is divided into three columns:

- Left Column (User Profile):** Displays the profile for "Mi RSE" with 2 tweets, 22 followers, and 11 following. It includes a "Publicar un nuevo Tweet..." input field and a list of accounts to follow, such as "Capacitate arte", "Javier Luengo", and "OED".
- Middle Column (Tweets):** A list of tweets from various users, including "Enfermería ABC", "Minutos para el Alma", "Autismo en Voz Alta", and "Fundacion Convalores". Each tweet includes the user's profile picture, name, handle, and the text of the tweet.
- Right Column (Trends):** A section titled "Tendencias" with a "Cambiar" button, listing trending topics like "#PreguntaleATarek", "#PierdePuntosSi", and "#CosasQueMePonenViolento".

The Windows taskbar at the bottom shows the system clock at 02:14 p.m. and several open applications, including "Twitter - Google Chrome", "Microsoft P...", and "Taller\_SM\_O...".

# FODA



## Fortalezas y Oportunidades

- Permite desarrollar conversaciones con seguidores, voluntarios, donantes, etc.
- Puedes conocer como otros ven a tu institución.
- Hacer nuevos contactos y alianzas.
- Difundir mensajes importantes.
- Aumentar activismo online.

## Debilidades y Amenazas

- Sólo dispones de 280 caracteres en los mensajes conocidos como “tweets”.
- Es una herramienta a la cual hay que mantener y dedicarle tiempo.
- Podría ser atacada por “hackers”.
- Bullying



## Tips

- Es la que tal vez ocupa el segundo lugar en el uso de los medios sociales, Twitter es una herramienta que se puede utilizar para correr la voz sobre la misión de su ODS.
- Twitter es una herramienta de gran alcance para las organizaciones no lucrativas porque mucha gente obtiene sus noticias todos los días de su Twitter.
- Twitter es mucho más que un "tiempo real" de la red. Twitter podría ser una gran herramienta para documentar los eventos de la organización, ya que está pasando.
- Twitter es también una gran manera de compartir el contenido de su sitio web. Muchas personas tratan a sus líneas de tiempo de Twitter como un periódico. Darles algo para leer y es probable que lo van a leer
- Una característica de Twitter es el uso de hashtags. Hashtags son palabras con un signo numeral (#) delante de ellas, y se incluyen en un tweet para agregar contexto al mensaje. El punto de incluir etiquetas de hash en un tweet es que crean una forma fácil de buscar temas.

# El agradecimiento

LO MAS IMPORTANTE

Crear un ritual en la institución

Carta con recibo al entrar la donación

Invitación al iniciar la actividad financiada,

Al terminar el proyecto con algo de recuerdo.

Relación de inversión. Especialmente a personas jurídicas.



# Agradecimiento en línea

[thankyou@globalgiving.org](mailto:thankyou@globalgiving.org)

Each day our inboxes fill with stories of how **you have helped people create change in their own communities**; stories from 1,000+ nonprofits around the world who've expanded their reach, and stories of gratitude from people in 120+ countries whose lives have been forever altered.

It's time we **forward the message to you**, our generous donors. We created this video with the hope that you'll take just a couple of minutes to **see the faces and hear the voices of people who just want to say one thing...**

**With gratitude,  
Nahal, Alison, and the rest of the GlobalGiving Team**



# La relación posterior 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 testimonio del beneficiario.

En fechas especiales enviar felicitaciones.

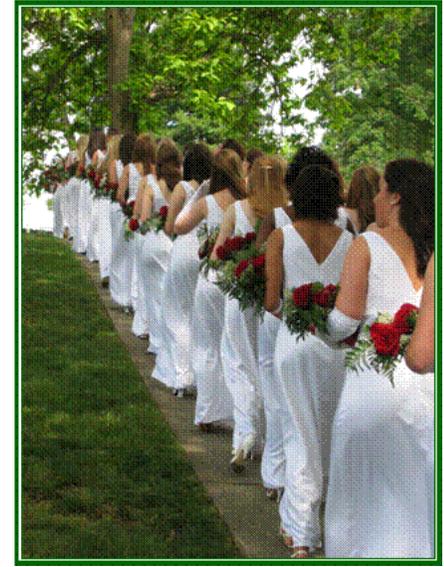
Invitarlo a los actos oficiales de la ONG.



Dear Friend:

*Yesterday morning, under bright blue skies, the 121 members of the Visitation Class of 2008 gathered in the Quad like generations of Visitation graduates before them. On what was to be their final day as Visitation students, they processed together across campus to the stage on McNabb Field. Following a commencement address by United States Secretary of Education Margaret Spellings, who extolled their virtues as Visitation women of faith, vision, and purpose, the graduates walked across the stage as each in turn accepted her diploma.*

*It was, by all accounts, a beautiful day, and it followed a tremendously successful year here at Visitation. As I take a moment today to look back and reflect upon our graduates' accomplishments over their four years here, I am struck by the knowledge that, without the assistance of the many generous members of our Visitation community, many of our graduates might not have been able to walk across that stage.*



*It is thanks to your support of Visitation's Annual Fund – support that benefits scholarship, financial aid, faculty compensation, teaching and learning tools, and much more – that our graduates experience the benefits of a Visitation education.*

*I am happy to report that today, with just 28 days left until the close of Visitation's fiscal year on June 30, we're less than \$50,000 away from meeting this year's ambitious \$1 million Annual Fund goal – a goal that will help us to continue to provide and always improve upon the Visitation experience! Won't you help, too?*

*By making a gift this year, you honor the positive impact Visitation has on the lives of young women – women like this year's graduates, women like you, and women like your mother, your daughter, or your friends.*

*Making a gift to Visitation's Annual Fund is easy. Just click here to [SUPPORT VISITATION](#)*

*On behalf of Visitation, I would like to thank you once again for your generosity. It is only through the dedication of friends like you that Visitation can continue to send its young women out in to the world with the confidence to meet any challenges that confront them and prepared to do great things!*

*Sincerely,*

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Dan Kerns".

Dan Kerns  
Head of School

# CASO

## Gerard Pique & Shakira baby shower with UNICEF

[TWITTER: Shakira@shakira](#)

[FACEBOOK: Shakira](#) A 61.269.529 personas les gusta esta página.  
498.687 personas están hablando sobre esto

[WWW. http://uni.cf/baby](http://uni.cf/baby)

[YOUTUBE: Shakira's Official Channel - YouTube](#)

[www.youtube.com/user/shakira](http://www.youtube.com/user/shakira)

[Publicado el 16/01/2013](#)

# INVITACION A COLABORAR WWW.

We'd like to invite you to participate in our world baby shower with UNICEF.

<http://uni.cf/baby>

# INVITACION A COLABORAR



<https://www.youtube.com/>

**Baby Shower de Shakira [UNICEF]**

**Publicado el 16/01/2013**

El primogénito de la pareja no recibirá ropa o juguetes, ya que el objetivo de dicho evento es motivar a la donación para que niños en pobreza extrema reciban paquetes de comida terapéutica, vacunas y sales de rehidratación oral

# INVITACION A COLABORAR



Apoya la linda causa para salvar vidas creada por @UNICEF apoyada por @shakira y @3gerardpique

UNICEF Goodwill Ambassador Shakira and FC Barcelona star Gerard Piqué are inviting friends and fans to join their online baby shower -- in support of the world's most vulnerable babies. To participate in Shakira and Gerard Pique's virtual baby shower, visit: [shakira.socialtoa... por unicef youtube.com](http://shakira.socialtoaster.com)

[Repinear Me gusta Comentar](#)

Donate a Gift. @shakira @UNICEF @3gerardpique ;Baby Shower Global! @cfshakirabogota

[RepinearMe gusta Comentar](#)



**DONATE A GIFT**

http://shakira.socialtoaster.com By: @shakirockers

Mosquito Net Polio Vaccines Baby Scale Oral Rehydration Salts Ready-To-Eat Therapeutic Food

**1.3 MILLION** children died in 2011 from **PNEUMONIA** THE LEADING CAUSE OF DEATH AMONG CHILDREN UNDER 5

**10%** of deaths among children under 5

**10%** of children with PNEUMONIA SYMPTOMS ARE TAKEN TO AN APPROPRIATE PROVIDER

**PNEUMONIA CAN BE TREATED WITH ANTIBIOTICS**

**SYMPTOMS**

- Rapid/shallow breathing
- Cough
- Fever
- Chest pain
- Shaking head when lying down

APPROPRIATE TREATMENT IS KEY TO IMPROVING SYMPTOMS, CURING INFECTIONS, PREVENTING COMPLICATIONS AND SAVING LIVES

**EXPLORE THE ROOM TO SEE HOW YOU CAN HELP UNICEF SAVE CHILDREN'S LIVES!**

shakira & gerard pique virtual baby shower unicef

# INVITACION A COLABORAR

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

Shakira

4 de febrero

- Visit our UNICEF Baby Shower to see the first pic of my two angels and help underprivileged babies -> <http://uni.cf/baby>
- Visita la página del Baby Shower de UNICEF para ver la primera foto de mis dos ángeles y ayudar a niños desfavorecidos -> <http://uni.cf/baby>

536 Me gusta · · Compartir

A 19.018 personas les gusta esto.



JOIN SHAKIRA & GERARD PIQUÉ'S  
WORLD BABY SHOWER TO HELP  
SAVE CHILDREN'S LIVES

DONATE A GIFT

LEARN MORE





READY-TO-EAT THERAPEUTIC FOOD  
ALIMENTOS TERAPÉUTICOS LISTOS PARA COMER



ORAL REHYDRATION SALTS  
SALES DE REHIDRACIÓN ORAL



SUSPENDED BABY SCALE  
BALANZA SUSPENDIDA PARA BEBÉS



POLIO VACCINES  
VACUNAS CONTRA LA POLIO



MOSQUITO NET  
MOSQUITERO



# Donate now

Please complete the form below to make a secure online donation.

## Amount in USD

*\$110 (ready-to-eat therapeutic food)*

*\$50 (oral rehydration salts)*

*\$37 (suspended baby scale)*

*\$10 (polio vaccines)*

*\$5 (mosquito net)*

*Want to give more*

## Your information

First Name:\*

Last Name:\*

Email:\*

Phone:

## Payment information

Cardholder's Name:\*

Credit Card Number:\*

CVV Number:\*

Credit Card Type:\*

Credit Card Expiration:\*

## Billing information

Address Line 1:\*

Address Line 2:

City:\*

State/Province:

ZIP/Postal Code:\*

Country:\*

required information

## Sign up to eNews

Yes, I'd like to receive regular eNews and updates about UNICEF's programs and emergency relief efforts in times of natural disasters.

By clicking Submit,  
your credit card will be processed

A blue oval button with the word "Submit" written in black text inside it.

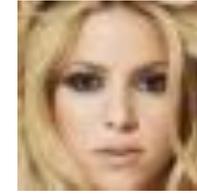
Submit

# AGRADECIMIENTO

- Thanks to you, over 80,000 children will be protected from polio, a highly contagious and potentially deadly disease that often leaves children crippled.
- Gracias a ustedes mas de 80,000 niños y niñas estarán protegidos contra el polio, una enfermedad muy contagiosa y que puede llegar a ser mortal y que muchas veces deja a los niños deformados.
- Milan's friends helped collect 80k polio vaccines, nearly 200k rehydrating salts, and 3.8 tons of food!
- Los amigos de Milan han ayudado a recolectar 80,000 vacunas contra la polio, cerca de 200,000 sales rehidratantes y 3.8 toneladas de comida!



# SEGUIMIENTO



## Shakira

### 16 de febrero

- THANKS to all who've given to our UNICEF Baby Shower. We're overwhelmed by the support. You can still donate at <http://smarturl.it/babyshower>.
- MUCHAS GRACIAS a todos los que han participado en el Baby Shower de

UNICEF. Aún pueden hacer su donación aquí ->  
<http://smarturl.it/babyshower>

# SEGUIMIENTO

facebook®



## [World Baby Shower - Baby Shower Global](#)

Milan's friends helped collect 80k polio vaccines, nearly 200k rehydrating salts, and 3.8 tons of food!

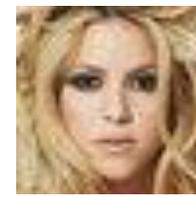
Los amigos de Milan han ayudado a recolectar 80,000 vacunas contra la polio, cerca de 200,000 sales rehidratantes y 3.8 toneladas de comida!

**Shak**, [Gerard Piqué](#) & [UNICEF](#)

[2.198 Me gusta](#) · · [Compartir](#)

•A [64.774 personas](#) les gusta esto

## Shakira@shakira



- Feb 16 Shakira@shakira

MUCHAS GRACIAS a todos los que han participado en el #BabyShower de @UNICEF. Aún pueden hacer su donación aquí -<http://smarturl.it/babyshower>

- Feb 16 Shakira@shakira

THANKS to all who've given to our @Unicef #BabyShower. We're overwhelmed by the support. You can still donate <http://bit.ly/ShakHQBS>

- Feb 22 Shakira@shakira

Thanks to you hundreds of thousands of children will be protected in times of need.

### Feb 22 Shakira@shakira

I want to thank all of you for your generosity. Shak [@UNICEF](http://bit.ly/ShakHQBS)

- Feb 22 Shakira@shakira

Queremos agradecerles...gracias a su ayuda miles de niños estarán protegidos, alimentados e hidratados. Shak <http://bit.ly/ShakHQBS>

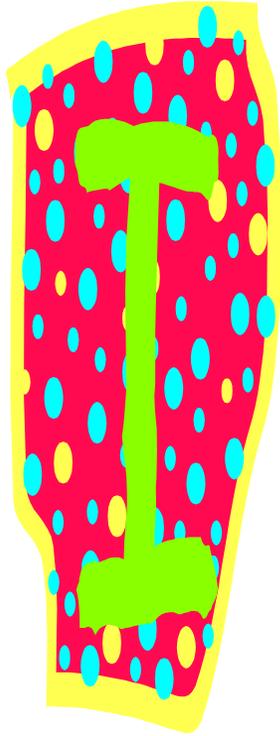
# Noticia de UNICEF- IMPACTO

Si recuerdan, a mediados del mes de enero, Shakira y Piqué lanzaron un baby shower solidario en beneficio de Unicef, como ellos mismos anunciaron, para "apoyar a bebés de todo el mundo que viven en condiciones de pobreza extrema, con el fin de ofrecerles un comienzo digno en la vida". La cosa iba de comprar en la web de Unicef regalos, como mosquiteras, vacunas o medicamentos que acabarían llegando a los niños más necesitados.

Pues bien, ya tenemos el resultado de la iniciativa y no puede ser más satisfactorio. Según cifras de Unicef, en el mes que duró la campaña, se ha conseguido proteger **a 80.000 niños contra la polio, 200.000 bebés recibirán sales rehidratantes, se han recaudado 3,8 toneladas de comida terapéutica, 150 básculas para pesar recién nacidos y detectar así si padecen desnutrición, más de 1.000 mosquiteras..**

La pareja ya ha dado las gracias en un comunicado: "Estamos muy emocionados por la generosidad de todos los que visitaron nuestro baby shower global". Un pequeño gesto en vista de las inmensas necesidades que hay, dirán algunos, pero seguro que un magnífico ejemplo del que hay que tomar nota

# Concluimos que para tener éxito, se deben



identificar las metas, los inversionistas  
filtrar los donantes, conocerlos.

integrar todos los segmentos de la institución

informar al público, interno y externo

inspirar para trabajar duro y con ánimo

iniciar nuevas formas de solicitudes- internet. **Mundo www**

implementar la necesidad del financiamiento