

TAKING FUNDRAISING SERIOUSLY
Advancing the profession and Practice of Raising Money

de Dwight F. Burlingame and Lamont J. Hulse.

*(Este documento es una traducción de los aspectos más relevantes del citado libro.
El libro está constituido por artículos de varios autores y es definitivamente orientado al caso de Estados Unidos y a fundraising para organizaciones filantrópicas donde el rol del voluntariado es fundamental: Modelos como Hogar de Cristo y otros.*

Sin embargo hay algunos capítulos que abordan premisas generales que es bueno tener en cuenta)

Resumen

1.-Hacia una filosofía del Fundraising:

Fundraising es una parte esencial de la Filantropía, entendida ésta como una acción voluntaria para el bien común.

Fundraising profesional a menudo se focaliza en recoger recursos y deja de lado sus grandes propósitos relacionados con los valores y métodos de la filantropía.

Un silogismo:

Premisa mayor: Filantropía es necesaria en una sociedad democrática.

Premisa menor: Fundraising es necesario para la Filantropía.

Conclusión: Fundraising es necesario para una sociedad democrática.

Misión: La misión es lo primero. La misión justifica el Fundraising. La necesidad o la oportunidad para servir, la necesidad de pedir fondos es legítima cuando cumple una necesidad basada en valores compartidos de la sociedad o en un subsector de la sociedad.

Construyendo la causa: La causa empodera el Fundraising resumiendo todo el rango de razones porque la organización requiere apoyo. Su habilidad para traducir los valores sociales y creencias en un plan de acción, metas y objetivos los que pueden luego ser usados para medir los resultados del FR.

Gobernabilidad: La misión es confiada al comité de gobierno quienes deben mantener a las instituciones de acuerdo con los valores y creencias del caso y aceptar responsabilidades para desarrollar los recursos de la organización- tanto en talentos como dinero -y dirigirlos hacia las metas y objetivos. Deben estar dispuestos a responder o dar cuentas, accountability.

El Motivo: es más importante que la organización. Fundraisers (los que recogen recursos) tienden a dar más importancia a la organización que al interés público.

Fundraising como una acción Moral.

Fundraising para propósitos sociales compromete a los Fundraiser en la vida de otras personas para beneficio o para grandes beneficios públicos, como también para su propio beneficio: "Nada es más gratificante y estimulante que ver el impacto que nuestros esfuerzos tienen en los individuos "Las personas se benefician sirviendo a otras. Los más importantes beneficios que se logran son espirituales, morales y psicológicos.

La ética de la práctica del Fundraising está basada en 3 elementos: ética de la competencia, ética de la retórica y ética de las relaciones.

(Moral tiene que ver con comportamiento y Ética con la sistemática reflexión del comportamiento).

3.- Aspectos esenciales en el Fundraising exitoso:

Un grupo Activo. La Filantropía es acerca de relaciones. Hay una ética fundamental de las relaciones que deben proteger todo lo concerniente con el Fundraising : El donante ,el receptor, la organización, la dirección, el Fundraiser, el voluntariado y el público. Se espera que el Fundraiser profesional sea confiable en usar las herramientas y técnicas de este campo, que den alta prioridad a los intereses de los clientes por sobre los propios, que sean digno de confianza en el uso del lenguaje, que actúen equitativamente y honestamente con un cliente como con otro.

Los Fundraisers son a menudo facilitadores más que solicitadores, y deben actuar en conjunto para lograr los propósitos. El éxito es un logro del grupo.

Organización La organización requiere emprendimiento, liderazgo y gestión. La filantropía es acerca del liderazgo Dado que es una acción voluntaria y no de los que somos requeridos de hacer, y de bienes públicos más que privados, se necesitan grandes líderes profundamente comprometidos y responsables.

Pensamiento Positivo: Fundraising pide por orgullo no por excusa. "Nos sentimos diferentes cuando somos positivos y confiados mas que negativos e inseguros". Fundraising es un intercambio: El donante ofrece algo de valor a la institución sin esperar retorno pecuniario material y la organización, en retorno responde con retribución no material: Reconocimiento, satisfacción de aportar a una buena causa, sentimiento de hacer la diferencia en la solución de un problema, sentido de pertenencia a un programa que sirve al bien público.

Veracidad: Veracidad es esencial en la ética del Fundraising. Pasión y urgencia son las principales presiones en el decir la verdad. Fundraising requiere un sentido de urgencia como de prioridad e inmediatez.

Voluntariado: Es esencial para el Fundraising . Es el primer test de la credibilidad de una organización. Cuando el voluntariado da tiempo (recurso escaso) y servicios personales revela así sus más importantes valores.

El voluntariado prueba que la causa vas mas allá de los intereses personales, mientras el Fundraiser es un empleado de la organización.

Reciprocidad: Compensar el beneficio que recibimos de otros, que no tienen directa o formal responsabilidad en nuestro bienestar por el trabajo que desarrollamos por aquellos que no han exigido nada directa o formalmente.

Responsabilidad: F R es un sistema responsable éticamente dado que está basado y ligado a la compleja autoridad, control y responsabilidad. La honestidad, apertura, el dar cuenta son esenciales en la integridad y credibilidad del Fundraiser. El Fundraiser profesional es ético y virtuoso, como también sincero, persistente e imparcial.

4.-Lo que deben saber acerca de la Legislación. Los Fundraiser deben conocer los principios básicos que gobiernan el FR como las fuerzas que moldean la legislación. Deben además persuadir a los directores y ejecutivos que se involucren en estos aspectos a nivel público.

5.- Productos y Fundraising : Muchos Fundraiser no usan el termino Marketing para describir lo que hacen, pero todos los programas han sido diseñados basados en estos principios. La historia en USA indica que la asociación con instituciones de educación superior es un producto que muchos americanos quieren “comprar” Las personas ganan status al ser asociados con tal institución y lo manejan en beneficio de la institución.

6.- Conflicto de intereses:

El potencial conflicto de interés puede ser interpretado en dos maneras:

Que la donación sea usada para calmar hostilidades, apaciguar críticas o comprar favores y por otro lado que existe un genuino esfuerzo en compensar daños causados por las actividades de la compañía.

La aceptación de tales donaciones dependerá como el Fundraiser evalúa o interpreta los motivos de la donación.

Hay dos posiciones: pragmática e idealista:

La postura **idealista** corre el riesgo de renunciar a la donación y más aun puede motivar prematuras suposiciones acerca de los motivos del donante.

La postura **pragmática** corre el riesgo que organizaciones pares o publicas lo acusen de estar “controlados” o comprometidos con corporaciones conflictivas.

Dos medidas pueden mitigar estos riesgos:

-Hay que buscar, en la medida de lo posible, un amplio rango de donantes Esto asegura la no dependencia.

-La revelación oportuna del origen de los fondos es un medio proactivo para evitar la publicidad adversa que se puede producir cuando algunos medios perciben conflicto de intereses.

(Casos de laboratorios con investigadores y médicos .Empresas con proyectos de investigación cuyos resultados serian de propiedad de la empresa Empresas con marketing de su marca vs donación, etc.)

7.-Economía del Fundraising Este tema se refiere al manejo de costos en una campaña de FR vs el logro, como también a la distribución del presupuesto entre las alternativas de técnicas de campañas usadas en el FR y a la evaluación de cuan adecuado es el gasto total en FR.

Otros capítulos del libro:

Evolución del Fundraising 1890 1990

Análisis histórico y moral de Fundraising religioso.

La Feminización del Fundraising

Tendencias contemporáneas en Black Filantropía

NAJ/Agosto 2012