



IMPACT BEYOND

CAJA DE HERRAMIENTAS DE CAPTACIÓN DE FONDOS

PRODUCIDO EN COLABORACIÓN CON
REMEDY, ESPECIALISTA EN RECAUDACIÓN
DE FONDOS PARA EL DEPORTE

REMEDY.

WORLD RUGBY
Impact Beyond
2025



CONTENIDO

1 | INTRODUCCIÓN

- > [Introducción a la Herramienta para Captación de Fondos](#)
- > [Empoderamiento de Mujeres y Niñas en el Rugby mediante la Captación de Fondos](#)
- > [Glosario de Captación](#)

2 | FUNDACIONES

- > [Gobernanza y estructuras legales](#)
- > [Listado de control del marco legal y de la gobernanza](#)
- > [Diligencia debida](#)

3 | PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

- > [Gestión de relaciones y Administración](#)
- > [Recherche et cartographie des donateurs](#)
- > [Modèle de cartographie de mise en réseau](#)

4 | GENERACIÓN DE RELACIONES

- > [Gestion des relations](#)
- > [Comunicación con los donantes](#)
- > [Estrategias de compromiso](#)
- > [5 Tipos de donantes](#)

5 | ARGUMENTOS

- > [Narrativa y Desarrollo de argumentos de apoyo](#)
- > [Plantilla de argumentos de apoyo](#)

6 | SOLICITUDES Y PROPUESTAS

- > [Procesos de Redacción y solicitud de subsidios](#)
- > [Marco de Solicitud de subsidios](#)
- > [10 banderas verdes para financiadores en su propuesta de subsidios](#)
- > [10 banderas rojas para financiadores en su propuesta de subsidios](#)
- > [Budget and Financial Projection Model Template](#)

7 | DEMOSTRACIÓN DEL IMPACTO

- > [Medición y Evaluación del Impacto](#)
- > [Listado de control del marco de medición y evaluación de impacto](#)

INTRODUCCIÓN A LA CAJA DE HERRAMIENTAS DE CAPTACIÓN DE FONDOS

**El rugby es más que un juego,
es un catalizador para el cambio.**

Al adoptar el deporte para el bien, su Unión puede aprovechar la capacidad única del rugby para impulsar e inspirar un cambio significativo y duradero en las personas, las comunidades y mucho más.

Lograr esta visión no es fácil y es por eso que World Rugby ha creado esta amplia caja de herramientas. Está diseñada para empoderarlo con los conocimientos, estrategias y herramientas necesarias para crear programas sostenibles e impactantes de captación de fondos. Al equipar a su Unión con un elemento que asegure una mayor inversión, la caja de herramientas garantiza que los fondos se reinviertan en el juego, alimentando su crecimiento y su impacto positivo dentro y fuera de la cancha.

Al mismo tiempo que estas herramientas sirven de guía general para todos los esfuerzos de captación de fondos, ponen especial hincapié en la promoción del juego de mujeres y niñas. Al dar prioridad a esta área, la caja de herramientas no sólo ayuda a las Uniones a desatar un nuevo potencial de captación de fondos, sino que también defiende la equidad y crea mayores oportunidades para todos dentro de la comunidad del rugby.

¿POR QUÉ ESTA CAJA DE HERRAMIENTAS?

En un tiempo cada vez más competitivo, asegurar el financiamiento es esencial para el crecimiento, desarrollo y éxito de las Uniones de Rugby en todo el mundo. Ya sea que se desee apoyar programas de rugby de base, organizar eventos nacionales o invertir en iniciativas a largo plazo, la recaudación efectiva de fondos es la columna vertebral de la sostenibilidad financiera. La caja de herramientas ha sido cuidadosamente preparada para abordar los singulares desafíos que enfrentan las Uniones de Rugby, contribuyendo a fortalecer su gobernanza, construir relaciones significativas con los financiadores, redactar solicitudes de subsidios exitosas y relatar historias persuasivas que repercutan en su público objetivo.

¿QUÉ ENCONTRARA EN ESTA CAJA DE HERRAMIENTAS?

La caja de herramientas proporciona una guía paso a paso a través de todos los aspectos del proceso de captación de fondos. Esto es lo que puede esperar:

- > **Fundaciones de captación de fondos:** Comprender la importancia de la gobernanza, los marcos legales y la diligencia debida en la creación de una base sólida de captación de fondos.
- > **Planificación estratégica:** Aprender cómo identificar posibles partes interesadas, detectar oportunidades de financiación y desarrollar una estrategia de captación de fondos que se ajuste a sus objetivos.
- > **Creación de relaciones:** Explorar estrategias para el cuidado y el manejo eficaz de las relaciones, asegurando conexiones duraderas con financiadores y socios.
- > **Contar su historia:** Mejorar su capacidad de contar historias y desarrollar un argumento persuasivo de apoyo alineado con las prioridades de los financiadores.
- > **Redactar propuestas:** Obtener consejos para redactar solicitudes de subsidios ganadoras y planificar presupuestos con facilidad.
- > **Medir el éxito:** Aprender a medir y compartir los resultados de su trabajo para mantenerse abierto y responsable.

¿PARA QUIÉN ES ESTA CAJA DE HERRAMIENTAS?

Esta caja de herramientas está específicamente diseñada para **las Uniones de Rugby**, independientemente de su tamaño o nivel de experiencia en la captación de fondos. Tanto si usted es nuevo en la captación de fondos como si está buscando perfeccionar sus procesos actuales, los recursos que aquí se presentan se pueden adaptar para satisfacer sus necesidades.

¿CÓMO USAR ESTA CAJA DE HERRAMIENTAS?

- > Comience con los **Lineamientos** para establecer los principios básicos.
- > Utilice las **Plantillas y Herramientas** para agilizar sus procesos.

Cada sección está cuidadosamente diseñada para guiarlo a través de conceptos esenciales, pasos factibles y herramientas prácticas que pueden aplicarse de inmediato. El objetivo es capacitar a su Unión para recaudar fondos más eficazmente, satisfacer las expectativas de los financiadores y, lo que es más importante, crear un impacto duradero tanto para el Rugby como para su comunidad.



EMPODERAMIENTO DE MUJERES Y NIÑAS EN EL RUGBY MEDIANTE LA CAPTACIÓN DE FONDOS

VALOR SOCIAL DEL RUGBY DE MUJERES Y NIÑAS

El deporte es uno de los más poderosos agentes de cambio social de la sociedad, una plataforma influyente para compartir información, promover valores e impulsar transformaciones positivas en comunidades de todo el mundo. A través de su amplio alcance, el deporte influye en los comportamientos y las acciones, ofreciendo una oportunidad única para crear espacios más diversos e inclusivos, dentro y fuera de la cancha.

Las Uniones de Rugby, independientemente de su tamaño o recursos, tienen el poder de transformar la vida de las mujeres y las niñas, que siguen estando subrepresentadas en el ecosistema deportivo. El entorno deportivo inclusivo es el que beneficia a todos. El aumento de la participación conduce a una reserva de talentos más amplia, que aporta innovación y nuevas perspectivas al juego, así como un sistema deportivo más dinámico, justo y sostenible.

IMPACTO DEL DESBLOQUEO DE FONDOS PARA EL RUGBY DE MUJERES Y NIÑAS

El aumento de la financiación para las Uniones de Rugby puede tener un impacto significativo en el desarrollo y crecimiento del rugby de mujeres y niñas en varias áreas clave.

- Apoya el atractivo del rugby de base financiando iniciativas que introducen el rugby a las niñas más jóvenes a través de escuelas, clubes y programas comunitarios, creando una cantera de talentos sostenible.
- Más fondos también permiten la expansión de competiciones, ligas y torneos, proporcionando más oportunidades para que las jugadoras progresen, particularmente en regiones donde el rugby está menos establecido. Además, la financiación que permite mejorar las infraestructuras (por ejemplo, mejores instalaciones, equipamiento, recursos para entrenadores, etc.) eleva el nivel general y la profesionalidad del juego.
- Por último, un mayor apoyo financiero al juego de mujeres y niñas garantiza la igualdad de oportunidades, ya sea dentro o fuera de la cancha, fomentando la igualdad de género y creando programas para que las mujeres y las niñas se destaquen, desde el juego de base hasta el nivel profesional.

6 RAZONES

POR LAS QUE DEBERÍA DESTINAR FONDOS
A LA IGUALDAD DE GÉNERO:



¿POR QUÉ LOS FINANCIADORES SE INTERESAN CADA VEZ MÁS POR EL DEPORTE DE MUJERES Y NIÑAS, INCLUIDO EL RUGBY?

La creciente atención prestada a la participación de las mujeres y las niñas y el continuo aumento de los números de participación, presenta una oportunidad atractiva para los financiadores.

El deporte de mujeres y niñas ofrece visibilidad y la posibilidad de lograr un impacto social duradero.

La participación en el rugby de niñas y mujeres ha experimentado un aumento significativo en los últimos años. Los datos recogidos en 2023 pusieron de

relieve que la población mundial de jugadoras creció un 7% en ese año, alcanzando casi los dos millones, con un impresionante aumento del 33,9% en la cantidad de jugadoras activas fichadas (World Rugby, 2024). La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) señaló que las contribuciones benéficas internacionales destinadas a la igualdad de género se han triplicado en cinco años (OCDE, 2024) y ONU Mujeres (2023) afirma que invertir en las mujeres es una oportunidad.

Financiar la participación de niñas y mujeres en el deporte puede abordar desafíos sociales críticos, como la desigualdad de géneros, las disparidades sanitarias y la cohesión comunitaria. Estos resultados suelen estar muy alineados con lo que pretenden lograr los financiadores. Además, la creciente popularidad y visibilidad del rugby femenino lo convierten en una oportunidad aún más atractiva para los financiadores potenciales.





¿POR QUÉ DEBERÍA DESTINAR FONDOS ESPECIFICAMENTE A LAS MUJERES Y LAS NIÑAS?

La búsqueda de financiación para el deporte de mujeres y niñas abre una gran cantidad de oportunidades para su Unión de Rugby. Una variada gama de organizaciones están trabajando activamente para cerrar la brecha de género, promover los derechos de las mujeres y las niñas y fomentar la equidad de género y la inclusión en el deporte. Estas organizaciones ofrecen apoyo financiero y fomentan los esfuerzos colaborativos, incluyendo:

- > **Programa Erasmus+:** La iniciativa de la UE que apoya la educación, la capacitación, la juventud y el deporte en toda Europa, con el foco en la promoción de la igualdad de género en el deporte.
- > **Olympism365:** La estrategia del COI para mejorar el papel del deporte como facilitador clave de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDG) de la ONU, haciendo hincapié en la inclusión y el empoderamiento de género.
- > **ONU Mujeres:** El organismo de la ONU dedicado a hacer avanzar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, con oportunidades de financiación dirigidas a promover la participación de las mujeres en el deporte.
- > **WomenWin:** Fondo internacional multidimensional que invierte en programas que apoyan la igualdad de género en el deporte.
- > **Agencias nacionales e Intergubernamentales:** Muchos gobiernos y organizaciones europeas cuentan con programas de financiación específicos dedicados a promover la igualdad de género en el deporte, apoyar iniciativas que fomenten la participación de mujeres y niñas a todos los niveles.

Al priorizar el juego de mujeres y niñas su Unión de Rugby puede acceder a estas valiosas fuentes de financiación, al mismo tiempo que establece asociaciones con organizaciones influyentes que pueden aumentar su perfil y visibilidad. Esto, a su vez, atraerá nuevos apoyos financieros y creará un cambio duradero e impactante para su Unión.

DESAFIOS

Para acceder eficazmente y atraer fondos específicamente para el juego de mujeres y niñas, las Uniones de Rugby deben primero reconocer y abordar los desafíos actuales que obstaculizan el progreso sostenible, incluidos los sesgos de género, el acceso desigual a las oportunidades y la distribución de los recursos, etc.

Mediante el desarrollo proactivo de estrategias para superar estos obstáculos -tales como la implementación de políticas que promuevan la igualdad de género, la defensa de la igualdad de recursos y el cuestionamiento de normas culturales obsoletas- las Uniones de Rugby pueden posicionarse como socios atractivos y responsables para los financiadores. Demostrar un compromiso para abordar estas cuestiones críticas no sólo profundiza las relaciones con los posibles donantes sino que también garantiza la sostenibilidad a largo plazo del rugby de mujeres y niñas.

Este enfoque de colaboración creará vías duraderas y equitativas para el empoderamiento de las niñas y las mujeres en toda Europa, impulsando un cambio significativo que fomente una comunidad de rugby más inclusiva, impactante y preparada para el futuro.



GLOSARIO DE LA CAPTACIÓN DE FONDOS

Actividades: Las tareas o programas específicos realizados por una organización para lograr sus objetivos, producir resultados y conducir a los efectos deseados.

Beneficiario: Persona o grupo que se beneficia directamente de las actividades y resultados de un proyecto o programa.

› Por ejemplo, niños que participan en actividades escolares de rugby.

Dirigido por el beneficiario: Intervenciones u organizaciones diseñadas y guiadas por los aportes, necesidades y preferencias de quienes se beneficiarán de ellas, lo que garantiza su relevancia y eficacia.

› Por ejemplo, cuando se diseña un programa de desarrollo de rugby de base para mujeres y niñas, involucrar a las jugadoras, entrenadoras y partes interesadas de la comunidad en el proceso de diseño.

› Utilizar grupos de discusión y encuestas para comprender los desafíos a los que se enfrentan las mujeres y las niñas para acceder al rugby, el tipo de apoyo que necesitan y la mejor manera de estructurar el programa.

› Desarrollar el programa basado en esta retroalimentación para garantizar que satisface sus necesidades y tiene más probabilidades de atraer y retener a las participantes.

Argumentos a favor: Una narrativa convincente que describe la misión de una organización, las necesidades que aborda, el impacto de su trabajo y por qué se necesita apoyo o financiación. Se utiliza para persuadir a posibles donantes o financiadores para que den apoyo financiero.

Gastos básicos: Gastos operativos esenciales que una organización necesita cubrir para su funcionamiento eficaz, pero que no se atribuyen directamente a proyectos o programas específicos.

Captación corporativa de fondos: La práctica de captar empresas y corporaciones como donantes o patrocinadores.

Financiación colectiva: La práctica de recaudar dinero de un gran grupo de personas en el que cada una aporta una pequeña cantidad, normalmente a través de Internet.

Gestión de donantes: La gestión continua de las relaciones con los donantes, centrándose en generar confianza, garantizar la satisfacción del donante y fomentar un apoyo continuado.

Financiación diversificada: Estrategia para obtener apoyo financiero de diversas fuentes (por ejemplo, subsidios, donaciones, patrocinios, etc.) con el fin de reducir el riesgo financiero y aumentar la sostenibilidad.

Investigación de elegibilidad: Acercamiento de una organización a un posible donante para determinar si

cumple los criterios para solicitar financiación. Puede incluir preguntas sobre el tamaño de la organización, el tipo o las áreas de interés del proyecto propuesto.

Evaluación: Valoración sistemática del diseño, la implementación y los resultados de un proyecto o programa, con el fin de determinar su eficacia, impacto y sostenibilidad.

Expresión de interés (EOI): Una presentación inicial, generalmente breve, de un posible solicitante de subsidio que indica su interés en solicitar financiación. En ella se describe el proyecto propuesto y su alineación con los objetivos del financiador y se utiliza para evaluar si se debe invitar al solicitante a presentar una propuesta completa.

Captación de fondos: El proceso de identificar y reunir recursos financieros para su organización (normalmente sin fines de lucro).

Disposición para la captación de fondos: Estado o condición de una organización que está plenamente preparada para emprender actividades de captación de fondos con eficacia y eficiencia.

Estrategia de captación de fondos: Un plan que describe cómo una organización obtendrá los recursos financieros necesarios para apoyar su misión y las actividades previstas.

Subsidio: Una contribución financiera proporcionada por un gobierno, corporación, fundación o institución, para

apoyar un proyecto o propósito específico, no necesita ser reembolsada y se concede en base a criterios de elegibilidad, objetivos del proyecto e impacto potencial.

Ciclo de vida del subsidio:

La serie de etapas por las que pasa un subsidio, desde la identificación de oportunidades de financiación y la preparación de solicitudes hasta la administración de los fondos y la presentación de informes sobre los resultados.

Impacto: Los cambios o beneficios más amplios y a largo plazo derivados de un proyecto, más allá de los resultados inmediatos. El impacto refleja la contribución a objetivos sociales, medioambientales o económicos más amplios.

> Por ejemplo, una iniciativa de rugby centrada en aumentar la participación femenina puede ayudar a conformar una cultura deportiva más diversa e igualitaria, al tiempo que promueve comunidades más sanas a través de la mejora del bienestar y el sentido de pertenencia.

Donaciones individuales:

Las contribuciones financieras realizadas por individuos privados a organizaciones sin fines de lucro, organizaciones o causas benéficas.

Financiación en producto:

Se refiere a las contribuciones no monetarias, normalmente en forma de bienes, servicios o recursos, en lugar de dinero en efectivo.

Captación de fondos institucional: Término amplio, utilizado a menudo para englobar la captación de fondos fiduciarios, corporativos y estatutarios.

> Por ejemplo, financiación procedente de organismos gubernamentales o del sector público, fundaciones deportivas nacionales o regionales, empresas, etc.

KPI (Indicadores Clave de Rendimiento): Métricas mensurables utilizadas para evaluar el éxito y el progreso de una organización o proyecto en el logro de objetivos específicos.

Legado: Donaciones realizadas a una organización benéfica o a través de un testamento o plan sucesorio, a menudo como donación única tras el fallecimiento del donante.

Experiencia vivida: El conocimiento y la comprensión personales adquiridos por las personas a través de sus propias experiencias. A menudo se hace referencia a ella cuando los beneficiarios o las personas con experiencia directa sobre un tema participan en el diseño y la ejecución de los programas.

Grandes donaciones: Grandes donaciones económicas realizadas por particulares, fundaciones o empresas para apoyar a una organización o causa.

Financiación de contrapartida:

Acuerdo de financiación por el que la cantidad aportada por un donante es igualada por otra fuente de financiación, a menudo utilizada para apalancar fondos adicionales y fomentar la coinversión.

Misión: Una declaración concisa que define el objetivo principal de una organización, lo que pretende conseguir y a quién sirve, orientando sus estrategias y actividades.

Monitoreo: Proceso continuo de recopilación y análisis de datos para evaluar los avances de un proyecto o programa en la consecución de sus objetivos.

Necesidad: Problema u oportunidad que el proyecto pretende abordar, demostrando la necesidad de la intervención o el servicio propuestos.

Objetivos: Metas específicas y mensurables que una organización pretende alcanzar en un plazo determinado y que contribuyen al cumplimiento de su misión.

Producido: Los productos, servicios o resultados inmediatos generados por las actividades del proyecto. Los producidos son mensurables y están directamente relacionados con las actividades del proyecto.

Gastos generales: Gastos operativos indirectos en los que incurre una organización en la ejecución de proyectos o programas específicos.

> Por ejemplo, salarios administrativos, alquiler de oficinas y servicios públicos, suministros generales de oficina. Estos costos son necesarios para apoyar el funcionamiento general de su Unión, pero no están directamente vinculados a una actividad específica.

Asociación: Relación de colaboración entre dos o más organizaciones o entidades, que suele implicar la puesta en común de recursos para alcanzar objetivos compartidos.

Filantropía: El acto de donar dinero, recursos o tiempo a causas que pretenden mejorar la sociedad o abordar cuestiones sociales.

Sostenibilidad del programa: La capacidad de un programa o iniciativa para mantener sus operaciones e impacto a largo plazo, inclusive después de que se hayan agotado la financiación o los recursos iniciales.

Proyecto: Conjunto planificado de tareas interrelacionadas que deben ejecutarse durante un periodo determinado y dentro de ciertas limitaciones de costos y de otro tipo, diseñado para alcanzar un objetivo específico.

Evidencias cuantitativas: Datos que pueden medirse y expresarse numéricamente y que ofrecen información sobre la escala, la frecuencia o el alcance de los resultados o el impacto de un proyecto.

Evidencias cualitativas: Datos no numéricos que ofrecen una descripción en profundidad de las características, la dinámica y los significados de los resultados de una actividad, a menudo recopilados mediante entrevistas, estudios de casos u observaciones.

Donación regular: Donaciones periódicas y programadas de particulares a una organización benéfica o causa, normalmente con frecuencia mensual o anual.

Movilización de recursos: El proceso de identificar y reunir recursos (incluidos ingresos, pero también activos no financieros) para su organización.

Fondos restringidos: Contribuciones financieras destinadas por los donantes a fines específicos, limitando cómo pueden ser usados los fondos por la organización receptora.

Gastos de ingresos: Gastos que se repiten y son necesarios para el funcionamiento diario de un programa o de la organización, como salarios, servicios públicos y material de oficina.

Generación de ingresos: Proceso de creación de ingresos mediante la venta de bienes, servicios u otros métodos, a menudo como alternativa o complemento a la captación de fondos.

Objetivos SMART: Objetivos específicos, mensurables, alcanzables, relevantes y sujetos a plazos que ayudan a las personas y las organizaciones a establecer metas claras y viables para alcanzar el éxito.

Medición del impacto social: Proceso de evaluación de los efectos tangibles e intangibles de un proyecto o iniciativa en la comunidad o grupo específico, especialmente en relación con los resultados sociales, medioambientales, culturales o económicos.

Administración: El proceso continuo de gestión de las relaciones con los donantes una vez recibida la donación, incluido el agradecimiento a los donantes, la presentación de informes

sobre el uso de los fondos y el mantenimiento del compromiso de los donantes para fomentar su apoyo en el futuro.

Captación de fondos reglamentaria: La práctica de obtener apoyo financiero de organismos gubernamentales, incluidos organismos gubernamentales locales, regionales, nacionales o incluso internacionales.

Plan estratégico de captación de fondos: Documento exhaustivo en el que se describen objetivos, estrategias, tácticas y actividades que una organización llevará a cabo para obtener financiación durante un periodo determinado.

Alcance específico: Esfuerzos centrados para atraer grupos o comunidades específicas, a menudo basados en datos, para aumentar la participación o las donaciones de quienes tienen más probabilidades de apoyar la causa.

Captación de fondos fiduciarios: La práctica de recaudar fondos de fundaciones y fideicomisos privados que conceden subsidios.

Reservas de libre disposición: Fondos que una organización ha reservado sin ninguna restricción por parte de los donantes sobre cómo pueden utilizarse, lo que permite flexibilidad en la asignación hacia diversas necesidades.

Solicitudes no pedidas: Solicitudes de financiación presentadas por una organización sin invitación previa del donante. No responden a una convocatoria de subsidios específica, sino que son iniciadas por el solicitante basándose



en la percepción de que están alineadas con los intereses del financiador.

Valores: Principios o creencias fundamentales que guían las acciones, decisiones e interacciones de una organización con otras, reflejando su cultura y prioridades.

Visión: Enunciado que describe el futuro deseado a largo plazo o el objetivo que pretende alcanzar la organización y que sirve de guía inspiradora.

FUNDACIONES

 WORLD RUGBY
Impact Beyond
2025

GOBERNANZA Y ESTRUCTURAS LEGALES

La gobernanza es un aspecto amplio pero central del enfoque de su Unión respecto a la captación de fondos. Constituye la base de todo lo que hace su Unión, desde la estructura organizativa, la composición y representación del consejo, la protección, la estabilidad financiera, la responsabilidad y la transparencia. La gobernanza es también un criterio importante en el Cuestionario de Desarrollo de la Unión de World Rugby (UDQ). La buena gobernanza y el cumplimiento de las leyes ayudan a su Unión a captar fondos de manera efectiva, impulsando el impacto y el éxito a largo plazo.

POR QUÉ LA GOBERNANZA EFFECTIVA ES TAN IMPORTANTE PARA LOS ESFUERZOS DE CAPTACIÓN DE FONDOS DE SU UNIÓN :

- Fomenta la confianza y la credibilidad en la organización
- Fomenta la transparencia
- Garantiza la responsabilidad financiera
- Atrae y retiene a financiadores y socios
- Mejora la eficiencia organizativa y el enfoque estratégico
- Protege a la organización de los riesgos
- Demuestra el impacto a las partes interesadas

EVALUACIÓN DE LA GOBERNANZA DE SU UNIÓN: GUÍA PRÁCTICA

Esta sección está diseñada para ayudarle a evaluar de forma crítica la estructura de la gobernanza de su Unión abordando tres cuestiones clave :

- ¿Cuáles son las fortalezas de su Unión?
- ¿Dónde están las lagunas en su gobernanza?
- ¿Qué áreas necesitan apoyo adicional para mejorar su gobernanza?

Para guiarlo a través de este proceso, hemos descripto las componentes clave de la gobernanza y hemos proporcionado preguntas para reflexionar sobre las prácticas actuales de su Unión.

MISIÓN, VISIÓN Y ESTRATEGIA

- ¿La visión, propósito, misión, valores y actividades de su Unión están claramente comprendidos por el personal, los voluntarios y las partes interesadas?
- ¿Sus actividades se alinean con su misión y sus objetivos a largo plazo?
- ¿Dispone su unión de los recursos adecuados para cumplir su misión, visión y estrategia?
- ¿Dispone de los sistemas adecuados para monitorear y evaluar la actividad de su unión y garantizar el logro de sus objetivos?

CONSEJO DIRECTIVO Y ADMINISTRACIÓN

- ¿Ejerce el consejo directivo el control sobre la Unión?
- ¿Cuenta con un consejo directivo diverso y cualificado?
- ¿Se elige/nombra a los miembros del consejo de forma transparente en línea con la Constitución y los Estatutos de la Unión y tienen funciones claras? (por ejemplo, presidente, tesorero, etc.)
- ¿Se reúnen con regularidad y siguen las mejores prácticas modernas (por ejemplo, política de conflictos de intereses, mandatos limitados, controles financieros y manejo de riesgos)?
- ¿El Consejo rinde cuentas a los afiliados? (por ejemplo, respondiendo a preguntas u opiniones de los afiliados sobre los objetivos de la Unión y cómo se gobierna)
- ¿Se comporta el Consejo con integridad? (¿Son honestos, justos e independientes?)

DIRECCIÓN EJECUTIVA

- ¿Cuenta con un director ejecutivo y un equipo directivo con experiencia?
- ¿Su equipo directivo está capacitado, es diverso y refleja a los participantes/comunidades a las que sirve?
- ¿La toma de decisiones es transparente, inclusiva y responsable? (por ejemplo, los directivos proporcionan a los miembros acceso a la información relevante sobre las actividades, finanzas y gobernanza de su Unión y se invita periódicamente a los miembros a aportar sus opiniones, especialmente en relación con las decisiones importantes).

POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y LINEAMIENTOS

- ¿Su Unión cumple con todos los requisitos legales y regulatorios pertinentes establecidos por el CON y/o el Ministerio de Deportes?
- ¿Su Unión cumple con los Criterios de Membresía de World Rugby, los Estatutos de World Rugby y las Regulaciones Relativas al Juego?
- ¿Dispone de políticas en materia de diversidad, inclusión, protección, ética y transparencia financiera?
- ¿Cumplen sus operaciones las leyes y regulaciones nacionales e internacionales sobre protección de datos y protegen adecuadamente los datos?

GESTIÓN FINANCIERA Y MANEJO DE RIESGOS

- ¿Sus registros financieros son precisos y transparentes?
- ¿Realiza auditorías periódicas y dispone de reservas suficientes para mantener la estabilidad financiera?
- ¿Realiza previsiones financieras adecuadas?
- ¿Ha identificado los riesgos potenciales y desarrollado estrategias para afrontarlos?

COMPROMISO CON LOS BENEFICIARIOS Y LAS PARTES INTERESADAS

- ¿Escucha activamente a sus participantes y los involucra en la toma de decisiones?
- ¿Dispone de canales de retroalimentación claros para las partes interesadas y elabora informes periódicos sobre el impacto?
- ¿Reconoce y registra las contribuciones de los donantes y mantiene una comunicación abierta?



¿CÓMO AFECTA LA ESTRUCTURA LEGAL DE SU UNION SUS ESFUERZOS DE CAPTACIÓN DE FONDOS?

La estructura legal de su Unión influye directamente en las oportunidades de captación de fondos. Por ejemplo, una organización sin fines de lucro o benéfica puede ofrecer ventajas, como la exención de impuestos y la posibilidad de optar por subsidios públicos y privados. La estructura también afecta a la percepción de los financiadores, ya que a menudo los donantes pueden estar más dispuestos a hacer donaciones a organizaciones con un claro estatus de organización sin fines de lucro que se comprometen a servir los intereses públicos o de la comunidad.

¿Qué debe tener en cuenta en relación con la estructura legal de su Unión y la captación de fondos?

> Cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios:

Tanto si su Unión opera como organización sin fines de lucro, fundación u otra entidad jurídica, debe cumplir la normativa establecida por las autoridades gobernantes para evitar sanciones legales o daños a su reputación.

> **Exenciones e implicaciones fiscales:** La estructura jurídica de su Unión determina si puede optar por la exención fiscal. Este estatus puede impulsar significativamente los esfuerzos de captación de fondos, ya que los donantes suelen estar más dispuestos a contribuir a organizaciones que pueden ofrecer deducciones fiscales.

> **Acuerdos contractuales:** La captación de fondos a menudo implica acuerdos con financiadores, asociados y otras partes interesadas. La estructura legal de su Unión afecta al tipo de contratos que puede firmar y tener contratos claramente definidos y ejecutables es esencial para mitigar posibles riesgos legales.

> **Obligaciones jurídicas:** La estructura legal de su Unión influye en sus responsabilidades en materia de legislación laboral, protección de datos, derechos de propiedad intelectual, etc.

Asegurarse de que el personal y los voluntarios que participan en la captación de fondos son conscientes de sus obligaciones legales es esencial para mitigar los riesgos y mantener el cumplimiento.



LISTADO DE CONTROL DEL MARCO LEGAL Y DE LA GOBERNANZA

1

CONFIGURACIÓN DE LA ENTIDAD LEGAL

- **Seleccione la estructura legal:** Asegúrese de que su Unión de Rugby está constituida como la entidad legal apropiada (por ejemplo, asociación sin fines de lucro) en base a las leyes y regulaciones nacionales. La Unión debe buscar asesoramiento profesional a la hora de decidir la estructura correcta.
- **Regístrese con las autoridades pertinentes:** Complete todos los requisitos de inscripción con las agencias gubernamentales u organismos deportivos, según corresponda.
- **Obtenga la exención fiscal (si corresponde):** Inscríbase como organización exenta de impuestos si reúne los requisitos para acceder a fuentes de financiación específicas e incentivos de donantes.

2

MARCO DE GOBERNANZA

- **Definir los documentos de gobierno:** Redacte y adopte los documentos de gobierno pertinentes (por ejemplo, constitución, estatutos, etc.) que detallen el propósito, la estructura y las reglas de su Unión.
- **Composición y selección del Consejo:** Asegúrese de que los miembros del consejo cumplen los criterios de elegibilidad y que la composición del consejo incluye una diversidad de habilidades, representación e independencia.
- **Establezca las funciones y responsabilidades del consejo:** Defina claramente las funciones, tales como Presidente, que actúa como líder, Vicepresidente, que apoya al Presidente, Tesorero, que supervisa el control financiero, Secretario, que garantiza una gobernanza eficaz, junto con las responsabilidades específicas.

3

TRANSPARENCIA FINANCIERA

- **Estados financieros anuales y auditorías:** Preparar estados financieros auditados anualmente para garantizar la transparencia para los miembros, los financiadores y los organismos reguladores.
- **Uso transparente de los fondos:** Garantizar que los fondos se utilizan de acuerdo con su finalidad prevista.

4

MANEJO DE RIESGOS

- **Realizar evaluaciones periódicas de los riesgos:** Revisar y evaluar los riesgos organizativos, incluidos los financieros, operativos, de reputación y de cumplimiento.
- **Obtener cobertura de seguros:** Obtener pólizas de seguro adecuadas (por ejemplo, de responsabilidad civil, de directores y funcionarios) para proteger a la Unión y a los miembros del Consejo.
- **Aplicar políticas de salud y seguridad:** Establezca protocolos de salud y seguridad que cumplan las normas legales para proteger a los jugadores, el personal, los voluntarios, los participantes y otras partes interesadas.



5

CUMPLIMIENTO LABORAL

- **Redactar contratos y políticas de empleo:** Asegurarse de que todos los contratos de trabajo cumplen la legislación laboral nacional y establecen términos y condiciones claros.
- **Elabore un Código de Conducta para el personal y los voluntarios:** Elabore y aplique un Código de Conducta que esté alineado con los valores y las normas legales de su Unión.

6

PROTECCIÓN DE DATOS

- **Implemente políticas de protección de datos:** Establezca una política de protección de datos que cumpla con las leyes de privacidad nacionales o internacionales (por ejemplo, GDPR si está en la UE).
- **Capacite al personal en el manejo de datos:** Asegúrese de que todo el personal está formado en prácticas adecuadas de gestión de datos y privacidad.

7

CAPTACIÓN DE FONDOS E INFORMES

- **Regístrese para obtener autorización para recaudar fondos (si es necesario):** Obtener las licencias o permisos necesarios para captar fondos legalmente.
- **Publicar un informe anual:** Preparar un informe anual detallando las actividades, las finanzas y el impacto para mantener la transparencia con las partes interesadas.
- **Comunicación transparente:** Actualizar periódicamente a los miembros, actores, socios y donantes sobre las decisiones clave, el rendimiento y cualquier cambio importante.

8

ÉTICA E INTEGRIDAD

- **Adoptar un Código de Ética e Integridad:** Implementar políticas aplicables (y, si corresponde, preexistentes), por ejemplo, que aborden la integridad, la ética, etc.
- **Aproveche el apoyo externo:** Asociarse con otras organizaciones para gestionar cuestiones como la denuncia de irregularidades, el cumplimiento de las normas antidopaje o la denuncia de comportamientos poco éticos.
- **Simplificar la supervisión:** Poner foco en crear una cultura de integridad a través de la comunicación abierta y alentando la notificación informal de preocupaciones, en lugar de crear mecanismos formales de revisión que no pueda mantener.

9

MEJORA CONTINUA

- **Realizar auditorías periódicas de gobernanza:** Revisar periódicamente las prácticas de gobernanza, utilizando autoevaluaciones (por ejemplo, este listado de control) o auditorías externas para garantizar la alineación con las mejores prácticas.
- **Mantener actualizados los documentos de gobierno:** Revise y, si es necesario, modifique los documentos de gobierno para que reflejen la legislación vigente y las necesidades de la Unión.
- **Capacitación y desarrollo de los miembros del Consejo:** Compartir recursos en línea gratuitos o de bajo costo, como seminarios web o guías de organizaciones de gobernanza deportiva, con los miembros del consejo e invitar a miembros del consejo con experiencia de otras Uniones de Rugby u organismos deportivos para proporcionar asesoramiento informal o tutoría.

DILIGENCIA DEBIDA

La diligencia debida implica una serie de medidas prácticas adoptadas para investigar y analizar a otra parte antes de iniciar una transacción comercial o una asociación. El objetivo principal es evaluar los posibles riesgos y oportunidades, lo que permite tomar decisiones con conocimiento de causa y confianza.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA DILIGENCIA DEBIDA?

- > **Protección de la marca y la reputación:** Investigar a fondo a posibles financiadores y asociados le ayudará a evitar asociaciones con organizaciones que puedan tener una reputación negativa o participar en prácticas controvertidas.
- > **Alineación con la misión:** Confirmar que los posibles financiadores y asociados comparten valores, metas y objetivos alineados con su visión estratégica.
- > **Mitigación de riesgos:** Identificar los posibles riesgos asociados a los financiadores o asociados, como la inestabilidad financiera, los problemas legales o la publicidad negativa.
- > **Asociaciones sostenibles:** Facilitar el establecimiento de relaciones fiables y duraderas que apoyen el éxito del programa a largo plazo y el crecimiento estratégico.



¿CUANTA DILIGENCIA DEBIDA SE NECESITA?

La diligencia debida puede ser un proceso largo y las organizaciones pueden sentirse abrumadas y/o poco cualificadas para llevar a cabo un planteamiento riguroso. Un breve enfoque basado en el riesgo puede determinar lo que hay que hacer, y hasta qué punto, planteándose simplemente las tres preguntas siguientes:

- ¿Implica el financiador o asociado una sensibilidad, importancia o complejidad significativas, u opera a gran escala?
- ¿Se trata de un financiador o asociado reputado y bien considerado, o sus opiniones y actividades podrían plantear problemas?
- ¿Qué posibilidades hay de que las cosas vayan mal y qué es lo peor que podría ocurrir?

UNA LISTADO DE CONTROL RÁPIDO Y SENCILLO

A continuación figuran algunas comprobaciones de diligencia debida sencillas pero eficaces. Este listado de control no es exhaustivo y no todos los puntos serán aplicables; seleccione los que más se ajusten a sus necesidades:

ALINEACIÓN DE MISIÓN Y VISIÓN:

¿Dispone el posible financiador o asociado de un sitio web en el que se describan claramente su misión y su visión, y coincide con las suyas?

INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE:

¿Qué información accesible puede consultar sobre ellos, como informes anuales, estados financieros, informes de impacto o perfiles de directivos y personal?

REPUTACIÓN EN INTERNET:

¿Una búsqueda en Internet revela alguna información negativa o preocupante sobre la organización?

INFORMACIÓN SOBRE EL SECTOR:

¿Puede hablar con alguien de su red de comunicaciones o sector que pueda compartir experiencias personales o puntos de vista sobre ellos?

IMAGEN PÚBLICA:

¿Cuál es la imagen pública actual de la organización y existen controversias conocidas en su pasado?

RIESGOS DE FINANCIACIÓN:

¿Existen riesgos evidentes en el acuerdo de financiación, como obligaciones de pago a largo plazo o financiación condicionada?

LISTADO DE CONTROL EXHAUSTIVO DE LA DILIGENCIA DEBIDA

CONOZCA A SU FINANCIADOR: PUNTOS CLAVE A TENER EN CUENTA

ANTECEDENTES

1

- Verifique los datos de inscripción oficial de la organización, su identificación fiscal y otras credenciales formales.
- ¿Quién es el financiador y qué se sabe de él?
- ¿Existe una relación bien establecida con ellos?
- ¿Es necesario realizar comprobaciones de identidad adicionales? Deben utilizarse plenamente los sitios web de Internet, los informes de los medios y la información disponible públicamente.
- ¿Están incluidos en alguna lista de sanciones internacionales o nacionales que prohíban o limiten sus actividades? Compruebe la lista de sanciones de su gobierno.

2

ALINEACIÓN DE VALORES Y OBJETIVOS

- Sus valores, misión y visión coinciden con los suyos?
- ¿La cultura y el estilo de trabajo del financiador coinciden con los suyos?

3

OBJETIVOS Y CONDICIONES DEL FINANCIADOR

- ¿De cuánto dinero dispone?
- ¿Se trata de un aporte único o de una financiación regular?
- ¿Cuáles son las condiciones del financiador? ¿Son razonables? ¿Puede cumplirlas? ¿Comprometen las condiciones su independencia o reputación?
- ¿A quién pretende beneficiar el financiador?
- ¿De dónde proceden los fondos? Si el financiador procede de fuera de su país, ¿presenta el país o la zona algún riesgo específico?
- ¿Hay algo inusual o extraño sobre la financiación o el financiador?

CONOZCA A SU FINANCIADOR: PUNTOS CLAVE A TENER EN CUENTA

4

REPUTACIÓN E IMAGEN PÚBLICA

- Realice búsquedas en los medios y en Internet para evaluar la imagen pública del financiador. ¿Hay señales de alarma?
- ¿Ha surgido alguna preocupación pública sobre ellos o sus actividades? En caso afirmativo, ¿cuál era la naturaleza de la preocupación y cuánto tiempo hace que se planteó? ¿Cuál fue el resultado?
- ¿Cómo perciben las partes interesadas al financiador, positiva o negativamente?
- ¿Comprometería o afectaría la implicación o la financiación del asociado la integridad o la percepción de alguna parte del funcionamiento de su organismo nacional (por ejemplo, antidopaje, protección)?
- Compruebe los antecedentes de los dirigentes (incluidos los miembros del consejo): ¿hay antecedentes de comportamiento poco ético o problemas legales?
- ¿Está asociado el financiador con una persona políticamente expuesta (PEP) - alguien en una posición influyente o de alto perfil - o tiene vínculos con regiones o industrias controvertidas o de alto riesgo?

5

EVALUACIÓN DE RIESGOS A LARGO PLAZO

- ¿Es el compromiso de financiación realista y sostenible a largo plazo, especialmente en el caso de asociaciones plurianuales?
- Considere los riesgos potenciales y el impacto si la relación llegara a su fin.

6

ALINEACIÓN DE LA MARCA

- ¿Coinciden la marca y los valores del financiador con los suyos? ¿Aceptar una financiación podría repercutir negativamente en usted o en el sector en general?
- Evalúe cómo puede afectar la asociación a su imagen pública y reputación.
- Compruebe a fondo la reputación del asociado, incluida la cobertura de los medios, la presencia en las redes sociales y cualquier controversia o escándalo del pasado.

CONOZCA A SU ASOCIADO: CUESTIONES CLAVE A TENER EN CUENTA

INFORMACIÓN DE LOS SOCIOS PRINCIPALES

- Verifique los datos de inscripción oficial de la organización, su identificación fiscal y otras credenciales formales.
- ¿Demuestra la organización prácticas de gobernanza transparentes, como la publicación de informes anuales, auditorías y declaraciones de impacto?
- ¿Están el asociado o alguna persona clave incluidos en listas de sanciones? Compruebe la lista de sanciones de su gobierno.
- ¿Existen informes adversos en los medios, denuncias o asuntos legales relacionados con el asociado?
- Analice los comentarios de otras organizaciones o partes interesadas del sector para calibrar el prestigio y la reputación del socio.

RELACIÓN PRÁCTICA DE TRABAJO

- ¿Tiene ya una relación consolidada con el asociado? ¿Su experiencia de trabajo con ellos en el pasado le plantea algún problema?
- ¿Puede haber problemas lingüísticos, de comunicación o culturales? ¿Cómo se pueden superar?
- ¿Trabaja ya el asociado con otras organizaciones? ¿Presentará esto algún problema, como un conflicto de intereses?
- ¿Existen mecanismos que le permitan supervisar el acuerdo de asociación?

FACTORES DE RIESGO EXTERNOS

- ¿Qué factores de riesgo se aplican a la zona en la que operará la organización asociada?
- ¿Cuál es el entorno político, económico y sociocultural?
- ¿Existe inestabilidad, disturbios o conflictos reales o potenciales?
- ¿Existen problemas de salud y seguridad para los representantes de su Unión?

REPRESENTANTES Y ESTRUCTURAS

- ¿Están cualificados los principales líderes y miembros del consejo, con experiencia relevante en sus respectivos campos?
- ¿Se ha visto implicado algún dirigente o miembro del consejo en polémicas o acciones pasadas que pudieran plantear riesgos para su reputación?
- ¿Son el tamaño, la gestión y la estructura operativa de la organización capaces de soportar las exigencias de la asociación?
- ¿Disponen de procesos establecidos, recursos adecuados y personal capacitado para gestionar y mantener la asociación con eficacia?
- ¿Existe algún riesgo de falta de personal, alta rotación o dependencia de personal temporal o sin experiencia que pueda afectar a la ejecución?
- ¿Existe una cadena clara de responsabilidad dentro de la organización, con funciones designadas para gestionar las obligaciones de la asociación?
- ¿Dispone la organización de un consejo o comisión consultiva activa que supervise y garantice una gestión y la toma de decisiones responsables?
- ¿Puede la organización demostrar un historial de asociaciones fructíferas, especialmente aquellas con objetivos, alcance o escala similares?
- ¿Existen referencias o testimonios de asociados anteriores o actuales que confirmen su fiabilidad y capacidad de ejecución?
- ¿Disponen de mecanismos de supervisión y evaluación para hacer un seguimiento de los avances e informar los resultados, garantizando la transparencia a lo largo de toda la asociación?

PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA

 WORLD RUGBY
Impact Beyond
2025



¿QUÉ ES UNA ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN DE FONDOS?

Una estrategia de captación de fondos es la hoja de ruta que establece cómo su Unión recaudará fondos a corto, mediano y largo plazo. Es una parte integral de su plan estratégico más amplio y debe alinearse con los objetivos, la visión y la misión de su Unión.

Una estrategia de captación de fondos bien estructurada es beneficiosa para ayudar a su Unión a seguir siendo proactiva en la recaudación de fondos, reduciendo el riesgo de depender de llamamientos reactivos y de última hora para obtener financiación.

SU ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN DE FONDOS DEBE RESPONDER 3 PREGUNTAS CLAVE:

- 1** **¿CUÁL ES SU SITUACIÓN ACTUAL?**
- 2** **¿HACIA DÓNDE QUIERE IR?**
- 3** **¿QUÉ ACCIONES DEBE EMPRENDER PARA LLEGAR ALLÍ?**

BENEFICIOS DE LA ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN DE FONDOS

MEJORA LA EFICACIA DE LA CAPTACIÓN DE FONDOS:

Impulsa el rendimiento general de la captación de fondos, lo que se traduce en un mayor compromiso de los donantes y una mayor generación de ingresos.

DESARROLLO DE PROGRAMAS MAS SÓLIDOS:

Permite la creación de programas de alto impacto con objetivos claros y financiación sostenible.

MAYOR ESTABILIDAD Y PREVISIBILIDAD FINANCIERA:

Garantiza una financiación más constante, proporcionando una base financiera fiable para el crecimiento.

OPTIMIZA LA ASIGNACIÓN DE RECURSOS:

Conduce a una planificación estratégica del tiempo y los recursos para maximizar la eficiencia.

AUMENTA LA PARTICIPACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS:

Involucra a las partes interesadas en el proceso de captación de fondos, alineándolas con los objetivos a corto y largo plazo.

RELACIONES MÁS PROFUNDAS CON FINANCIADORES Y ASOCIADOS:

Fomenta asociaciones sólidas a largo plazo, garantizando la colaboración y el apoyo financiero continuos.

MANEJO PROACTIVO DEL RIESGO:

Ayuda a identificar posibles desafíos y amenazas con antelación, lo que permite estrategias de mitigación más eficaces.

FOMENTA UNA CULTURA DE CAPTACIÓN DE FONDOS:

Fomenta que toda la organización se centre en la captación de fondos, integrándola en todos los aspectos de sus operaciones diarias.





CÓMO EMPEZAR

PARA EMPEZAR, SIGA ESTOS PASOS:

1

DEFINA SUS OBJETIVOS:

- Defina claramente sus necesidades de financiación, objetivos y público destinatario.

2

BUSQUE POSIBLES FINANCIADORES:

- Identifique posibles donantes, fideicomisos, fundaciones y subsidios que se ajusten a la visión, misión y objetivos de su Unión.

3

SELECCIONE LAS ACTIVIDADES DE CAPTACIÓN DE FONDOS:

- Determine las formas más eficaces de alcanzar sus metas, alineadas con los valores y objetivos de su Unión.

4

DESARROLLE SU MENSAJE:

- Cree una narrativa persuasiva y coherente que comunique su impacto y visión, inspirando a los financiadores y asociados para que se involucren y apoyen.

5

ELABORE UN CRONOGRAMA Y UN PRESUPUESTO:

- Establezca hitos, plazos y proyecciones financieras para guiar sus esfuerzos de captación de fondos.

PLANTILLA DE ESTRATEGIA GLOBAL DE CAPTACIÓN DE FONDOS

Esta plantilla es extensa, por lo que su Unión debe desarrollar su propia estrategia que se ajuste a su capacidad y recursos disponibles.

1 RESUMEN EJECUTIVO

- > **Visión general de la visión y misión de su Unión:** Su misión es su mayor activo. Presente de forma clara y concisa los objetivos y el propósito de su Unión.
- > **Propósito de la estrategia:** Explique por qué se necesita financiación adicional (por ej.: para hacer crecer los programas juveniles, aumentar el número de niñas/mujeres involucradas en el juego, etc.).

2 METAS Y OBJETIVOS DE CAPTACIÓN DE FONDOS

- > **Defina objetivos financieros:** Especifique cuánto pretende conseguir en un plazo determinado. Por ej.: 30.000 \$ para el final del ejercicio.
- > **Defina objetivos impactantes:** Describa a qué se destinarán los fondos (por ej.: programas de desarrollo juvenil, aumento del número de niñas comprometidas, etc.). Esta es su oportunidad de mostrar cómo pretende lograr su misión.
- > **Establezca Indicadores Clave de Rendimiento (KPI):** Defina resultados mensurables, como el aumento de donantes, el número de fondos solicitados, la tasa de retención de donantes, etc.
- > **Defina sus objetivos:** Escriba cuatro o cinco objetivos que describan claramente sus necesidades y metas de financiación. Estos objetivos son otra oportunidad para destacar ante los financiadores cómo pretende marcar la diferencia. Por ej.:
 - **1.** Recaudar 10.000 \$ para lanzar un nuevo programa de rugby dirigido a 500 niños en edad escolar de comunidades desfavorecidas en los próximos 12 meses.
 - **2.** Conseguir 30.000 \$ para crear e implementar un programa nacional de entrenamiento de rugby para niñas y mujeres, apuntando a aumentar la participación en un 30% en los próximos 12 meses.
 - **3.** Garantizar la financiación de dos nuevas oportunidades de subsidios en los próximos 18 meses.

3 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

- > **Revisión financiera:** Proporcione un breve resumen general de la situación financiera actual de su Unión.
- > **Realice un análisis interno:** Describa las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que afectan a su recaudación de fondos.
- > **Efectúe un análisis externo:** Describa los factores externos como los elementos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, medioambientales y legales que afectan a su captación de fondos.

4 MAPEO DE PARTES INTERESADAS

- > **Identifique el público objetivo de su estrategia, incluyendo:**
 - **Partes interesadas internas:** Miembros del Consejo Directivo, personal y voluntarios. ¡Forme un equipo!
 - **Partes interesadas externas:** Red existente, incluidos asociados, financiadores, grupos comunitarios, etc.
 - **Financiadores potenciales:** Fideicomisos, fundaciones, instituciones, organizaciones benéficas y organizaciones de subvención que puedan estar interesadas en apoyar su trabajo.

5 INICIATIVAS Y ACTIVIDADES DE CAPTACIÓN DE FONDOS

- > **Describa las medidas prácticas que adoptará para poner en práctica su estrategia. Por ejemplo:**
 - **Identificar oportunidades de subsidios:** Buscar subsidios nacionales e internacionales dentro de su área de trabajo (por ej.: desarrollo del deporte, desarrollo de la juventud, empoderamiento de niñas/mujeres, salud y bienestar, etc.).
 - **Adaptar las propuestas:** Preparar propuestas personalizadas que alinean su trabajo y su misión con las prioridades de las organizaciones financieradoras.
 - **Administración y reconocimiento de los donantes:** Cuidar las relaciones, por ej.: enviar cartas de agradecimiento personalizadas y reconocer a los donantes en su sitio web, en los Informes Anuales, etc.
 - **Informes y documentación de impacto:** Desarrolle sistemas para informar sobre los resultados, aumentando la credibilidad para futuras solicitudes, por ej.: comparta informes anuales o resúmenes de impacto que detallen cómo se utilizaron los fondos y qué resultados se lograron.

6 PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

- > **Marca y mensajes:** Desarrolle mensajes claros y coherentes sobre el trabajo y el impacto de su Unión.
- > **Estrategia de contenidos:** Comparta historias de participantes, miembros de la comunidad y grupos que se benefician de los programas de su Unión.
- > **Canales de comunicación:** Aproveche las redes sociales, los boletines, los sitios web oficiales, los medios de comunicación locales y nacionales y los materiales impresos para llegar a un público amplio.

7 PRESUPUESTO Y ASIGNACIÓN DE TAREAS

- > **Costos estimados:** Describa los gastos previstos para cada iniciativa de captación de fondos.
- > **Asignación del tareas:** Asigne tareas al personal interno o a asociados externos. Incluya un documento de funciones y responsabilidades que describa las tareas específicas y las expectativas para las personas y los equipos.

8

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

> **Elabore un cronograma:** Incluya hitos (puntos clave o logros que marcan fases significativas), plazos (fechas específicas en las que deben completarse las tareas u objetivos) y puntos de control (intervalos regulares para evaluar el progreso y realizar los ajustes necesarios).

9

MONITOREO Y EVALUACIÓN

> **Informes periódicos:** Recopilar y revisar las métricas clave con respecto a los KPI establecidos.

> **Evaluación anual:** Medir los logros de recaudación de fondos de su Unión y actualizar su estrategia en función de los resultados y las lecciones aprendidas.

10

MANEJO DE RIESGOS Y CONTINGENCIAS

> **Identificación de riesgos:** Describir los posibles riesgos (por ej.: recesión, escaso compromiso de los donantes, financiación de un único donante, etc.) y elaborar planes de mitigación.

> **Gestión de crisis:** Establecer procedimientos para gestionar problemas inesperados que afecten a las actividades de captación de fondos.

- Puede crear **un registro RAID** que le ayude a documentar riesgos, hipótesis, problemas y dependencias.

EJEMPLO DE REGISTRO RAID

CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	IMPACTO	PLAN DE ACCIÓN
RIESGO	La recesión económica reduce los aportes de los donantes.	ALTO	Diversificar las fuentes de financiación y apuntar a la financiación a largo plazo.
SUPUESTO	El rugby sigue siendo popular y se alinea con los valores de trabajo en equipo y comunitarios de los donantes.	MEDIO	Monitoreo del compromiso de la audiencia y encuesta sobre las prioridades de los donantes.
PROBLEMA	Falta de experiencia en captación de fondos entre el personal.	ALTO	Contratar o consultar a profesionales de la captación de fondos para desarrollar capacidades.
PROBLEMA	Datos insuficientes sobre anteriores donantes y simpatizantes.	MEDIO	Implantar un sistema de gestión de donantes y recopilar datos.
DEPENDENCIA	Colaboración con los clubes de rugby locales para campañas de rugby de base.	ALTO	Involucrar a los clubes de rugby locales para impulsar la participación de la comunidad.
DEPENDENCIA	Continuación de la financiación gubernamental de los programas deportivos.	ALTO	Trabajar estrechamente con las Autoridades Nacionales para garantizar la financiación.

INVESTIGACIÓN DE PERSPECTIVAS Y MAPA DE DONANTES

Identificar posibles oportunidades de captación de fondos es fundamental ya sea a través de donaciones individuales, subsidios públicos, fideicomisos y fundaciones, patrocinios corporativos, financiación colectiva u otras fuentes de ingresos diversas.

Estos procesos son componentes esenciales de la captación de fondos, especialmente para las organizaciones sin fines de lucro. Se centran en identificar, comprender y abordar estratégicamente a los posibles donantes para maximizar las posibilidades de éxito de las campañas de captación de fondos.

¿QUÉ ES LA PROSPECCIÓN?

La investigación de posibles donantes (prospección) consiste en recopilar y analizar información sobre posibles donantes para determinar su capacidad, disposición y conexión para financiar a su Unión.

¿QUÉ ES EL MAPEO DE DONANTES?

El mapeo de donantes es un proceso que identifica y evalúa las relaciones y redes entre donantes potenciales y existentes. Esto le permite determinar quién tiene más probabilidades de apoyar a su Unión y lo orienta sobre cómo dirigirse a posibles financiadores.

¿EN QUÉ BENEFICIA SUS ACTIVIDADES DE CAPTACIÓN DE FONDOS COMBINAR LA 'INVESTIGACIÓN DE POSIBLES DONANTES' Y EL 'MAPEO DE DONANTES'?

1

Eficacia



Centra los recursos en los financiadores de alto potencial.

2

Personalización



Permite una comunicación y un compromiso personalizados.

3

Expansión



Construye una red de financiadores más amplia y conectada.

4

Sostenibilidad



Fortalece las relaciones a largo plazo y las vías de financiación.

PASO 1

SU UNIÓN

Es importante identificar los siguientes detalles clave que harán que la investigación de clientes potenciales sea mucho más sencilla, ahorrando tiempo y recursos:

> Tipo de organizaciones → No todos los financiadores aportan a todos los tipos de organizaciones. Para asegurarse de que no pierde tiempo solicitando fondos a financiadores que, en última instancia, no financiarán a su Unión, asegúrese de comprobar esta información desde el principio durante la fase de búsqueda de posibles donantes.

> Misión y prioridades → ¿Cuál es el objetivo de su Unión y de los programas que ofrece? Es una buena idea alinear su misión y prioridades con las tendencias nacionales/internacionales, especialmente para las oportunidades de financiación internacional, ya que esto puede ayudar a mejorar las solicitudes de financiación.

> Ubicación (dónde opera actualmente, dónde le gustaría operar) → Al realizar una búsqueda de posibles donantes, puede eliminar a aquellos que limitan las regiones/países en los que financian su trabajo y, en su lugar, centrarse en aquellos que incluyen su ubicación.

> Ingresos totales en el último ejercicio financiero → A menudo, los financiadores especificarán el tamaño financiero de las organizaciones a las que financiarán, por lo que es importante conocer esta información, ya que acelerará el proceso de búsqueda de posibles donantes.

> Nivel de reservas → Es poco probable que algunos financiadores (especialmente los más pequeños) apoyen a organizaciones con grandes reservas, ya que esto sugiere que su financiación no supondrá una diferencia significativa para la organización.



PASO 2

INVESTIGACIÓN PREVIA

Antes de emprender la búsqueda de posibles donantes, elabore una lista de posibles oportunidades de financiación y fuentes que le vengan a la mente.

- **Revise las fuentes de financiación actuales y pasadas:** Un financiador que haya apoyado a su Unión anteriormente puede estar dispuesto a hacerlo de nuevo. Compruebe si hay límites para volver a solicitar financiación y si se han actualizado sus prioridades, los fondos disponibles o los plazos.
- **Conexiones internas:** Gran parte del éxito de la financiación se debe a conexiones y relaciones preexistentes. ¿Alguno de los miembros de su Consejo Directivo o de su red más amplia tiene contactos con posibles financiadores? ¿Quiénes son sus puntos de conexión con los financiadores y las redes de financiación?
- **Vías de influencia:** ¿Cómo pueden sus simpatizantes y su red actual (por ejemplo, voluntarios, jugadores y clubes) conectar su Unión con nuevos donantes potenciales?
- **Seleccione categorías de financiadores que se alineen con su misión y valores:** Utilice la plantilla de mapeo de partes interesadas para documentar los posibles grupos de financiadores que conozca y que estén alineados con su misión y sus valores.
- **Aproveche los recursos internos:** Utilice las bases de datos existentes, contactos, etc. de su Unión para identificar posibles oportunidades.



GUÍA PASO A PASO

PARA LA INVESTIGACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES Y EL MAPEO DE DONANTES

PASO 3

LA INVESTIGACIÓN

Identificar nuevas perspectivas: El primer paso del viaje de investigación es recopilar una variedad de posibles fuentes de financiación.

- Utilice su investigación de posibles donantes para crear una base de datos de donantes potenciales.
 - **Locales:** Oportunidades que son específicas para las Uniones de Rugby dentro de una región o comunidad en particular, centrándose en fuentes de financiación localizadas.
 - **Nacionales:** Oportunidades de financiación que están disponibles dentro de un país específico, típicamente regidas por regulaciones nacionales y criterios de elegibilidad.
 - **Internacionales:** Oportunidades de financiación globales que se alinean con su misión y objetivos, apoyando iniciativas en múltiples países o regiones de todo el mundo.
 - Inspirarse viendo cómo han obtenido financiación otras organizaciones. Para ello, consultar sus cuentas anuales, que suelen encontrarse en los registros mercantiles nacionales (por ej.: el Registro Mercantil en España, Registrar-General's Department (RGD) en Ghana, Registro de Empresas y Sociedades (RES) en Chile). Esto puede ayudarlo a encontrar nuevas oportunidades de financiación, comprender qué tipos de proyectos apoyan los financiadores y determinar si encaja bien con los posibles financiadores.
 - Utilizar una simple hoja de cálculo para anotar el financiador, la probabilidad de recibir financiación (basándose en otras organizaciones a las que hayan financiado) y el resultado de la solicitud.
- Dónde buscar oportunidades de financiación:
- Medios de comunicación locales
 - Suscripción a boletines de captación de fondos.
 - Seguir a los financiadores en las redes sociales y LinkedIn.
 - Bases de datos de sitios web de financiación → aunque puede tener que pagarse un honorario, son una buena forma de mantenerse al día sobre las oportunidades disponibles.
 - Trabajo en red → mantenerse conectado para estar informado sobre oportunidades. Asistir a eventos tanto online como presenciales, como conferencias mundiales sobre deporte, sesiones informativas sobre fondos específicos y talleres o seminarios centrados en la captación de fondos en el deporte. Estos eventos son valiosos para conocer las últimas tendencias, entablar relaciones con posibles financiadores y descubrir nuevas vías de financiación para apoyar el crecimiento de su Unión.

PASO 4

CAPTACIÓN DE POSIBLES FINANCIADORES

Es importante identificar los siguientes detalles, ya que harán que la investigación de prospectos sea mucho más sencilla, ahorrando tiempo y recursos:

> Generar relaciones: Aprovechar los datos de su mapeo de donantes para identificar las formas más eficaces de acercarse a posibles donantes, idealmente a través de conexiones compartidas o contactos mutuos. Las presentaciones personalizadas pueden tener un impacto significativo.

- Utilizar la plantilla de comunicación con los donantes para ponerse en contacto con posibles donantes y consultar la guía de gestión y administración de las relaciones para alimentar y fortalecer las relaciones con los posibles donantes a lo largo del tiempo.

> Estrategias de captación: Elaborar un plan de acción claro para captar posibles donantes. Este plan debe definir pasos específicos y estrategias adaptadas a cada financiador, teniendo en cuenta sus prioridades e intereses particulares.

Puede utilizar las plantillas de las dos páginas siguientes para:

- ✓ Mapear sus conexiones actuales y su red de partes interesadas
- ✓ Identificar cómo ampliar su red



CONEXIONES ACTUALES

Esta página presenta ejemplos de conexiones que podrías realizar.

CATEGORÍA	PARTES INTERESADAS	RELACIÓN FORMAL/INFORMAL	DESCRIPCIÓN DE LA RELACIÓN	VALOR PARA LA UNIÓN (BAJO/MEDIO/ALTO)	INFORMACIÓN DEL CONTACTO	PRÓXIMOS PASOS
Agencias gubernamentales	Ministerio de Deportes	Formal: Contrato de 3 años vigente de 2024 a 2026	Financiación gubernamental y apoyo político al desarrollo del rugby	Alto		Organizar una reunión con el departamento competente para debatir la atención a las niñas y las mujeres.
Organizaciones sin fines de lucro y ONG	ONG de développement du sport	Informal	Colaborador en el desarrollo de un nuevo programa de desarrollo del rugby para comunidades desfavorecidas	Medio		Solicitar financiación pública en la próxima convocatoria de solicitudes
Patrocinadores corporativos	Marca deportiva	Formal	Patrocinador de un evento único	Alto		Elaborar una propuesta de asociación a largo plazo
Grupos comunitarios	Club de rugby femenino	Informal	Club local que imparte programas para atraer a las niñas al rugby	Medio		Planificar un acto comunitario conjunto para sensibilizar y aumentar la participación.
Relacionados con el deporte						
Instituciones educativas						
Financiadores y donantes						
Otros						

CONEXIONES ACTUALES

PLAN DE ACCIÓN PARA LA EXPANSIÓN DE LA RED



GENERACIÓN DE RELACIONES

WORLD RUGBY
Impact Beyond 2025



GENERACIÓN DE RELACIONES

La gestión y administración eficiente de las relaciones son clave para construir asociaciones fuertes y duraderas que maximicen el potencial de captación de fondos y creen valor a largo plazo para su Unión. Esta guía proporciona herramientas prácticas para ayudar a su Unión a cultivar relaciones significativas con los financiadores, mejorar las actividades de captación de fondos y asegurar un apoyo sostenido para profundizar su impacto dentro de la comunidad del rugby y más allá.

GUÍA PASO A PASO PARA GESTIONAR Y ADMINISTRAR LAS RELACIONES



**PASO
1**
MAPEAR
PARTES
INTERESADAS



**PASO
2**
GESTIONAR
LAS
EXPECTATIVAS



**PASO
3**
LABORAR
ESTRATEGIAS
DE GESTIÓN DE
RELACIONES



**PASO
4**
DESARROLLAR
UN PLAN DE
COMUNICACIÓN



**PASO
5**
RECONOCIMIENTO
Y GRATITUD



**PASO
6**
MONITOREO
Y EVALUACIÓN
DEL ÉXITO DE
LA RELACIÓN



PASO
1

IDENTIFICAR POSIBLES FINANCIADORES/ASOCIADOS

- **Mapear partes interesadas:** Identificar a todas las posibles partes interesadas, incluidos organismos gubernamentales, fundaciones, fideicomisos, grupos comunitarios, particulares, etc.
- **Agrupar partes interesadas:** Agrupar por tipo (financiador en fondos, financiador en especies (no monetario), asociado, etc.) y nivel de compromiso/ contribución (única vez, a largo plazo, bajo nivel, alto nivel, etc.), ya que esto influirá en la comunicación y el nivel de gestión requerido.
- **Evaluar idoneidad:** ¿Su estrategia y misión se alinean con las suyas? ¿Ha llevado a cabo la diligencia debida? ¿Los ha contactado anteriormente? ¿Financian a otras entidades con una causa o programas similares?

PASO
2

GESTIONAR LAS EXPECTATIVAS

- **Comprender las necesidades del financiador:** Investigar los intereses y prioridades del financiador para adaptar tus estrategias de comunicación y compromiso.
- **Reconocer las preferencias del financiador:** Determinar cómo prefiere el financiador que se comuniquen con él, por ejemplo, correo electrónico, llamadas de audio, videollamadas o reuniones presenciales.
- **Establecer expectativas realistas:** ¿Qué aspecto tiene una relación viable y eficaz entre usted y ellos? ¿Qué tiempo y capacidad tiene para comprometerse?

PASO
3

ELABORAR ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE RELACIONES

- **Plan de gestión:** Desarrollar un plan de gestión que describa las actividades específicas y los plazos.
- **Conexiones antes de la presentación de propuestas:** Sentar bases sólidas colaborando con los financiadores mucho antes de presentar las propuestas, por ejemplo, mediante reuniones iniciales, discusiones de colaboración y conocimientos compartidos sobre los objetivos mutuos.
- **Adaptar la propuesta a los intereses del financiador:** Crear propuestas personalizadas y específicas alineadas con los objetivos, valores, áreas de interés y nivel de compromiso concretos de cada financiador, demostrando así su profundo conocimiento de sus prioridades.
- **Gestores de relaciones:** Designar a un miembro adecuado del personal o a un voluntario como principal punto de contacto para cada financiador, a fin de garantizar una comunicación coherente, controles puntuales y actualizaciones de los progresos.
- **Asociados comunitarios:** Desarrollar iniciativas conjuntas con organizaciones locales/ comunitarias que se alineen con los objetivos de su Unión, aumentando el impacto y la visibilidad mutuos.

PASO
4

DESARROLLAR UN PLAN DE COMUNICACIÓN

- **Personalizar los planes de comunicación:** Establecer un sistema (por ejemplo, Gestión de Relaciones con los Clientes (CRM)) para almacenar información de donantes y asociados, realizar un seguimiento de las interacciones y establecer recordatorios para una divulgación personalizada.
- **Calendario de gestión:** Programar contactos y compromisos periódicos a lo largo del año (por ejemplo, reuniones informales, informes de avance, actualizaciones trimestrales, informes de impacto, saludos navideños, invitaciones a eventos exclusivos, etc.) para mantener el compromiso.
- **Adaptar los mensajes:** Enviar mensajes personalizados a cada grupo (según lo identificado en el Paso 1), que reflejen su historia, intereses y la etapa de su relación con ellos.
- **Destacar el impacto:** Enviar boletines informativos, actualizaciones de proyectos e historias que destaque el uso de los fondos y el impacto de las contribuciones de los donantes.





PASO 5

RECONOCIMIENTO Y GRATITUD

- **Agradecimiento y reconocimiento:** Compartir reconocimientos oportunos y personalizados de las contribuciones, tales como cartas de agradecimiento, correos electrónicos o llamadas telefónicas.
- **Informes de financiación:** Proporcionar informes periódicos sobre el impacto de la financiación, destacando proyectos e iniciativas específicos.
- **Visitas del financiador:** Organizar visitas (por ejemplo, programas, sesiones de entrenamiento o partidos de rugby) para mostrar el impacto de los fondos y fomentar conexiones más profundas.
- **Oportunidades adicionales:** Involucrar a los financiadores en actividades adicionales para mejorar su conexión, por ejemplo, invitarlos a asistir/participar activamente en eventos relevantes.
- **Reconocimiento público:** Reconocer a los financiadores y asociados clave en boletines, informes anuales, en su sitio web, durante eventos, etc. (a menos que prefieran el anonimato).

PASO 6

MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL ÉXITO DE LA RELACIÓN

- **Establecer métricas de la relación:** Definir métricas como la tasa de retención de donantes, la frecuencia de compromiso, la suba de categoría de los donantes, el importe promedio de los fondos, etc.
- **Satisfacción de las partes interesadas:** Utilizar encuestas, formularios de opinión y entrevistas y discusiones formales e informales para evaluar la satisfacción de las partes interesadas y obtener información sobre cómo mejorar las iniciativas de compromiso.
- **CRM:** Utilizar su sistema de CRM para realizar un seguimiento de los datos y las perspectivas a fin de garantizar un enfoque coherente de la gestión.
- **Revisar y perfeccionar las estrategias:** Evaluar periódicamente la eficacia de sus prácticas de gestión de relaciones y administración y adaptarlas según sea necesario.
- **Adaptarse a las tendencias:** Mantenerse al día con las tendencias de captación de fondos y alinear su enfoque con las expectativas, preferencias y patrones de financiación de los donantes.

PRÁCTICAS DE GESTIÓN ÚTILES PARA FORTALECER LAS RELACIONES

CONOCER A SU FINANCIADOR:

Para conocer realmente a sus financiadores hay que ir más allá de los datos demográficos y el historial de donaciones. Profundizar en sus motivaciones, valores, experiencias y puntos de vista e historias personales.

INFORMES DE IMPACTO:

Compartir informes detallados en los que se destaque cómo se han utilizado los fondos (incluir métricas, historias y elementos visuales que demuestren un impacto tangible).

OPORTUNIDADES PARA ESTABLECER CONTACTOS:

Facilitar la creación de redes de contactos entre financiadores y asociados a través de eventos online o presenciales, paneles, etc.

RECONOCIMIENTO DE LOS ASOCIADOS COMUNITARIOS:

Reconocer y celebrar periódicamente la labor de los voluntarios para fomentar su fidelidad y alentar el aumento del voluntariado.

GESTIÓN DE REDES SOCIALES:

Involucrar a las partes interesadas mostrando historias de impacto y eventos en las redes sociales, etiquetando o mencionando a asociados y financiadores cuando corresponda.

HABLAR CON PASIÓN:

Cuando hable desde un lugar de auténtica pasión por su causa es más probable que los financiadores conecten con su mensaje.

SER TRANSPARENTE:

Al compartir con franqueza tanto sus éxitos como sus dificultades, demuestra responsabilidad y autenticidad, que son la base de las relaciones a largo plazo con los donantes.



COMUNICACIÓN CON LOS DONANTES

ESTRATEGIAS DE COMPROMISO

Una vez identificados los donantes potenciales, el siguiente paso es adaptar su comunicación en función del perfil del donante. Adapte su enfoque a la conexión de cada donante con usted y su trabajo. En el caso de los donantes de 'alto potencial', considere la posibilidad de organizar reuniones en persona o visitas a sus instalaciones para profundizar la conexión. Puede invitarlos a eventos exclusivos, como sesiones del programa, para mostrar el impacto de su apoyo.

Para otros posibles donantes, una difusión digital bien pensada y personalizada (como correos electrónicos personalizados) también es eficaz para reforzar el compromiso. Asegúrese de crear un plan de captación personalizado para cada donante potencial. Evite enviar mensajes idénticos y ajuste cada mensaje para reflejar los intereses específicos del donante, ya sea el desarrollo del rugby juvenil, el apoyo a la participación de niñas y mujeres en el juego o la contribución a iniciativas comunitarias del rugby de base.

Finalmente, destaque cómo la financiación apoyará directamente a su Unión comunicando los resultados específicos que puede lograr con el apoyo de los donantes.

CONSEJOS PARA UNA COMUNICACIÓN EFICAZ CON LOS DONANTES



PERSONALIZACIÓN:

Utilizar el nombre del donante, hacer referencia a su trabajo (por ejemplo, misión, valores, programas, financiación anterior, etc.) y adaptar su mensaje en consecuencia.

MENSAJES CLAROS Y CONCISOS:

Mantener su comunicación centrada y fácil de entender.

ATRACTIVO VISUAL:

Incorporar imágenes y videos de alta calidad siempre que sea posible para que su comunicación sea más emocionante y visualmente atractiva para los donantes potenciales.

MARCA COHERENTE:

Mantener una identidad de marca coherente en todos los canales de comunicación.

FUERTE LLAMADO A LA ACCIÓN:

Indicar claramente qué quiere que haga el donante.

COMUNICACIÓN REGULAR:

Mantenerse en contacto con sus donantes con regularidad, aunque sólo sea mediante un breve correo electrónico, para cultivar la relación.

SEGUIMIENTO Y ANÁLISIS:

Monitorear la eficacia de sus esfuerzos de comunicación y realizar los ajustes necesarios.

MODELOS DE MENSAJERÍA

Ofrecemos dos plantillas que ayudarán a comunicarse con donantes potenciales y actuales:

- > **Cómo ponerse en contacto con un donante potencial**
- > **Cómo enviar una nota de agradecimiento a un donante existente**

AL PONERSE EN CONTACTO CON UN POSIBLE DONANTE:

- > Empezar el correo electrónico con un mensaje amable y amistoso que establezca el tono del resto del mensaje.
- > Incluir información breve disponible: link al sitio web, informe anual, informe de impacto, etc. Asegurarse que el mensaje es claro y que la organización se presenta de forma positiva.



MODELO 1 : PLANTILLA PARA CONTACTAR A UN POSIBLE FINANCIADOR

[Utilizar el membrete de su Unión]

[Datos del financiador]

Estimado [Nombre del financiador],

Espero que este mensaje lo encuentre bien. Mi nombre es [Su Nombre] y soy [Su Función] en la [Nombre de la Unión de Rugby]. Me dirijo a usted para explorar una posible asociación con [Nombre de la organización del financiador] para ayudar a [introduzca aquí un tema más amplio - por ejemplo, apoyar las iniciativas de nuestra unión de rugby y el crecimiento del deporte en nuestra comunidad].

La [Nombre de la Unión de Rugby] se dedica a [describa brevemente su misión y objetivos, por ejemplo, promover el desarrollo juvenil, aumentar la cantidad de niñas y mujeres que participan en todos los niveles del juego, mejorar las oportunidades para que los participantes de las comunidades marginadas se involucren en el rugby, etc.]. Nuestros programas actuales incluyen [presentar brevemente los principales proyectos o iniciativas].

Buscamos [financiación/servicios en especies - editar según corresponda] para apoyar [área o proyecto específico para el que solicita apoyo] y creemos que [Nombre de la organización del financiador] podría ser un asociado valioso para lograr estos objetivos. [Agregue por qué cree que este financiador tiene el potencial para ser un asociado valioso: misión o ideologías compartidas, su historial de donaciones, áreas de impacto compartidas, etc.]. Su apoyo no sólo beneficiaría a [incluya el impacto previsto específico], sino que también contribuiría al crecimiento y la visibilidad del rugby dentro de la comunidad.

Nos encantaría tener la oportunidad de analizar cómo podemos trabajar juntos y cómo su contribución podría ayudar a tener un impacto significativo en el futuro del rugby en [insertar el nombre del país]. Adjunto más detalles sobre nuestros proyectos y las necesidades de financiación.

Gracias por considerar nuestra solicitud. Aguardo la posibilidad de colaboración para ayudar a fomentar el desarrollo del rugby y tener un impacto positivo en [insertar el impacto específico previsto]. No dude en ponerte en contacto conmigo en el [número de teléfono] o por correo electrónico en [dirección de correo electrónico] si necesita información adicional.

Un cordial saludo,

[Sus datos y firma]

MODELO 2 : MODELO DE NOTA DE AGRADECIMIENTO AL FINANCIADOR

[Utilizar el membrete de su Unión]

[Datos del financiador]

Estimado [Nombre del financiador],

Espero que este mensaje lo encuentre bien. Nos dirigimos a usted para expresarle nuestro sincero agradecimiento por su apoyo a la [Nombre de la Unión]. Como apoyo dedicado usted juega un papel fundamental en el fortalecimiento del futuro del rugby en [País].

Gracias a su generosidad hemos podido [insertar detalles - por ej. lanzar un nuevo programa de rugby escolar dirigido a las niñas] que ha llevado a [insertar detalles - por ej. un aumento de 100 niñas que asisten regularmente a nuestros programas de rugby en tres comunidades]. Su compromiso continuado de apoyo al juego no ha pasado desapercibido y nos gustaría aprovechar esta oportunidad para reconocer sus contribuciones y el impacto que su apoyo tiene en nuestros esfuerzos.

Nos complace compartir algunas de las próximas oportunidades para seguir participando con la [Nombre de la Unión], ya que juntos marcamos la diferencia:

- [Actualización de la Campaña o el Proyecto]: Sea parte de nuestra última iniciativa, [Nombre del Proyecto], cuyo objetivo es [breve descripción, por ejemplo, "expandir el rugby a las comunidades desfavorecidas"].

Una vez más, gracias por ser una valiosa parte de nuestra familia del rugby. Esperamos mantenerle informado sobre nuestra misión de [insertar detalles]. No dude en ponerte en contacto con nosotros si tiene alguna pregunta o simplemente para que nos saludemos.

Un cordial saludo,

[Sus datos y firma]



5 TIPOS DE DONANTES

Esta guía es una manera práctica de que su Unión comprenda y se relacione con los principales segmentos de donantes. Está diseñada para ayudarlo a diversificar sus fuentes de financiación, maximizar sus puntos fuertes y establecer relaciones sostenibles con los financiadores.

ESTE RECURSO PROPORCIONA INFORMACIÓN DETALLADA SOBRE:

- **Las motivaciones** de cada tipo de donante (por ejemplo, patrocinadores corporativos, gobiernos, donantes particulares, fideicomisos y fundaciones, organizaciones sin fines de lucro).
- **Las ventajas** que obtienen las Uniones del apoyo de estos grupos de donantes.
- **Las restricciones** y desafíos inherentes al trabajo con cada tipo de donante.
- **Las capacidades esenciales** que las Uniones deben desarrollar para conseguir y gestionar con éxito la financiación procedente de estas fuentes.

	MOTIVACIONES DE LOS DONANTES	VENTAJAS DE LA UNIÓN	RESTRICCIONES DE LA UNIÓN	CAPACIDADES ESENCIALES
				PATROCINADORES CORPORATIVOS
GOBIERNO	<ul style="list-style-type: none"> > Promover la participación de los jóvenes en el deporte. > Apoyar objetivos sociales como la salud, la igualdad de género y la educación. > Orgullo regional o nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> > Contrato previsible durante un periodo de tiempo determinado. > Alineación con iniciativas deportivas nacionales o regionales. > Posible publicidad por la participación ministerial. 	<ul style="list-style-type: none"> > Los contratos de patrocinio pueden incluir cláusulas de exclusividad que le impidan asociarse con otros. > Riesgo de comercialización excesiva que marginen a los aficionados. 	<ul style="list-style-type: none"> > Relaciones sólidas con el gobierno. > Experiencia en la redacción de subsidios y cumplimiento. > Capacidad de elaboración de informes y recopilación de datos.
DONANTES PARTICULARES	<ul style="list-style-type: none"> > Pasión por el rugby. > Deseo de apoyar el rugby comunitario o de base. > Interés filantrópico en la igualdad de género o el desarrollo de la juventud. 	<ul style="list-style-type: none"> > Capacidad para ofrecer oportunidades de reconocimiento personal. > Fuerte atractivo emocional del impacto del rugby en la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> > Capacidad limitada para ofrecer opciones de donación impositivamente eficientes en algunas regiones. > Puede requerir esfuerzos continuos de compromiso de los donantes. 	<ul style="list-style-type: none"> > Administración de las relaciones con los donantes. > Capacidad para comunicar eficazmente las historias de impacto.
FIDEICOMISOS Y FUNDACIONES	<ul style="list-style-type: none"> > Alineación con la misión de la fundación (por ejemplo, igualdad de género, desarrollo de la juventud, inclusión). > Inversión en impacto social mensurable. 	<ul style="list-style-type: none"> > Capacidad para demostrar la alineación con los objetivos de la fundación y un historial probado de resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> > A menudo sólo por invitación. > La financiación suele limitarse a programas específicos. > Suelen requerir sofisticados marcos de monitoreo y evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> > Conocimientos técnicos de redacción de subsidios. > Sólidas capacidades de monitoreo, evaluación y medición del impacto. > Construcción de relaciones a largo plazo.
ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO	<ul style="list-style-type: none"> > Colaboración para alcanzar objetivos compartidos (por ejemplo, inclusión, impacto en la comunidad, igualdad de género). > Aprovechamiento del rugby como herramienta para un cambio social más amplio. 	<ul style="list-style-type: none"> > El atractivo del rugby como actividad inclusiva centrada en la comunidad. > Posible acceso a oportunidades de financiación compartida o asociaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> > Debe alinearse estrechamente con la misión de la organización benéfica asociada. > Riesgo de competir por los mismos fondos. 	<ul style="list-style-type: none"> > Gran capacidad de asociación y colaboración. > Capacidad para diseñar y ejecutar programas conjuntamente. > Conciencia de las métricas y objetivos compartidos.

ÁRBOL DE TOMA DE DECISIONES

Además de los donantes mencionados en la página anterior, existen otras fuentes de financiación que podría explorar para su Unión. Utilice el árbol de toma de decisiones para ver qué es lo que más le conviene.

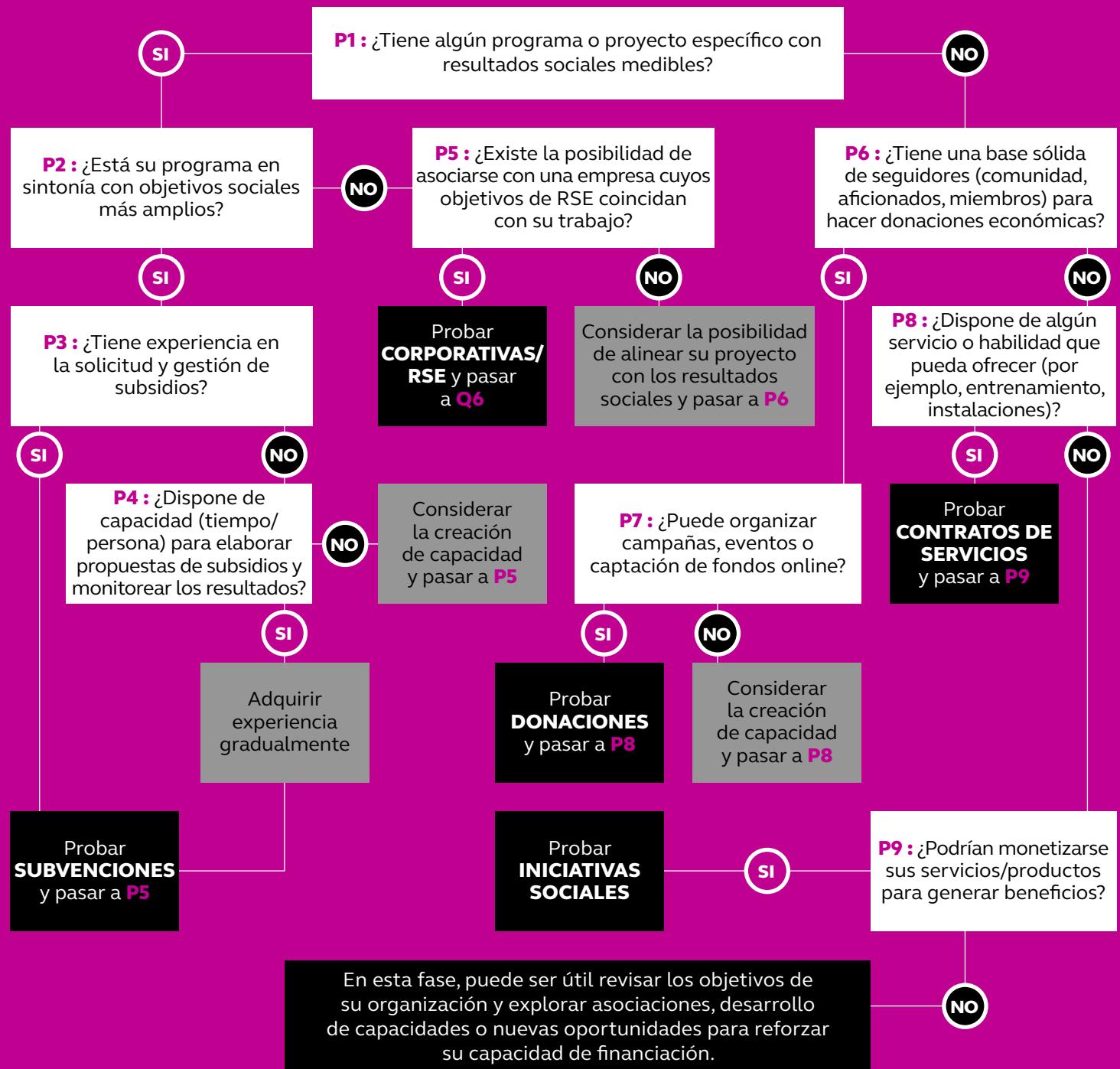
Puede encontrar más información sobre estas fuentes de financiación adicionales en el cuadro siguiente.

Iniciativas sociales: Medio de obtener ingresos a través de actividades empresariales para apoyar un objetivo social o comunitario mediante la reinversión de los beneficios en su misión.

Contrato de servicios: Acuerdo formal por el que un financiador paga a su organización para que preste servicios o realice actividades específicas, normalmente con productos y resultados predefinidos.

Corporativas/RSC: Una oportunidad para establecer relaciones mutuamente beneficiosas con empresas que desean apoyar el impacto social a través del deporte.

Donaciones: Contribuciones financieras voluntarias de individuos u organizaciones, realizadas sin esperar un retorno directo y a menudo motivadas por una conexión personal, valores compartidos o la creencia en su misión.



ARGUMENTOS

WORLD RUGBY
Impact Beyond
2025

STORYTELLING

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA NARRATIVA EN LA RECAUDACIÓN DE FONDOS?

La narración de historias es una herramienta increíblemente útil para captar fondos porque ayuda a los financiadores a conectar con su Unión, el trabajo que ella hace y sus beneficiarios a un nivel más profundo. Coloca la misión, los valores y los objetivos de su Unión en contexto, pintando una imagen vívida del impacto de lo que hace y dando vida a los datos y estadísticas que se mencionan online. Al compartir historias, se humaniza la captación de fondos, mostrando a los financiadores cómo se hace una diferencia real en la vida de las personas.

Sin embargo, contar historias no es fácil. Los captadores de fondos que conocen profundamente su organización a menudo tienen dificultades para simplificar su mensaje para un público externo. Aprender los fundamentos de la narración de historias ayuda a su Unión a presentar la información de forma clara y eficaz en las propuestas, en los sitios web y cuando se comunican con financiadores potenciales.

CÓMO HACER LA NARRATIVA:

- > CLARIDAD:** Los financiadores revisan diariamente muchas solicitudes y sitios web por lo que si la misión, el propósito y los objetivos de su Unión no son claros, es posible que no sigan leyendo. Ya que usted conoce su Unión y sus beneficiarios mejor que el financiador, es importante ser claro y conciso, evitando palabras innecesarias o confusas.
- > AUTENTICIDAD:** En lugar de buscar una historia perfecta y exagerada, comparta una versión real y honesta de los hechos. Es más probable que los financiadores se interesen por historias auténticas. Siempre que sea posible, cuente la historia desde la perspectiva de sus beneficiarios, ya que son ellos los que más importarán al financiador si se alinean con su misión.
- > VÍNCULO:** Dar al financiador la oportunidad de sentir que ha desarrollado una conexión con su Unión es una forma eficaz de aumentar la probabilidad de financiación. Ya sea en su sitio web o en las solicitudes de financiación, asegúrese de que la historia se conecta con el financiador.
- > EMOCIÓN:** La emoción ayuda a crear una conexión con el financiador creando empatía y humanizando la misión de su Unión. Destaca el impacto emocional de las luchas de sus beneficiarios y el efecto positivo del apoyo de su Unión.
- > ESTRUCTURA:** Quizás el punto más importante de todos, la estructura es crucial para ayudar al financiador a entender su Unión, su trabajo y sus beneficiarios. Una estructura clara permite al financiador enfocarse en su mensaje en lugar de tener que esforzarse para entenderlo.

DESARROLLO DE ARGUMENTOS DE APOYO

¿QUÉ ES UN ARGUMENTO DE APOYO?

Un argumento de apoyo explica quién es su Unión, qué hace, a quién ayuda y por qué merece apoyo, ya sea en tiempo, dinero o recursos. A continuación se incluyen los elementos clave de un argumento de apoyo sólido y una plantilla para utilizar en sus solicitudes.

LOS ELEMENTOS DE UN ARGUMENTO DE APOYO SÓLIDO SON LOS SIGUIENTES:

1

2

3

4

5

EL PROBLEMA QUE RESUELVE

¿Cuál es la necesidad de su trabajo? Quiénes son los beneficiarios a los que apoya y por qué es importante su trabajo?

CÓMO RESUELVE ESTE PROBLEMA

¿Cuál es la solución que ofrece? Cómo se destaca esta solución de otras y qué pruebas tiene de que su solución es eficaz?

POR QUÉ ES FUNDAMENTAL LA FINANCIACIÓN

Esto podría deberse a la magnitud del problema que aborda su Unión, a la falta de financiación de su Unión para poder apoyar a sus beneficiarios de forma sostenible, o a ambas cosas.

EL IMPACTO DEL APOYO DE LOS FINANCIADORES TANTO EN LA UNIÓN COMO EN SUS BENEFICIARIOS

¿Cómo influirá en su trabajo el tiempo, el dinero o los recursos que aporten los financiadores? Los financiadores quieren ver que su apoyo determina una diferencia real; esta es su oportunidad de demostrar ese impacto.

LA VISIÓN A LARGO PLAZO

Comunique cómo planifica abordar la cuestión a lo largo del tiempo y mantener la financiación de sus proyectos. Dados los graves desafíos a los que se enfrentan las organizaciones sin fines de lucro, un enfoque sostenible a largo plazo es crucial.



PLANTILLA DE ARGUMENTOS DE APOYO

UNIÓN: ¿QUIÉN ES USTED Y POR QUÉ DEBERÍA RECIBIR FINANCIACIÓN?

- > **Presente su misión, visión y propósito**
- > **Panorama actual**
 - Proporcione el contexto de la situación del rugby en su país/ región
- > **Historia y logros**
 - ¿Por qué es el más indicado para llevar a cabo este trabajo?
- > **¿A quién apoya?**
 - Proporcione una visión general de los beneficiarios (incluidos los grupos destinatarios específicos, por ejemplo, niñas y mujeres, niños en edad escolar, jóvenes en zonas desatendidas, etc.)
- > **Su red de contactos**
 - ¿Quién forma parte de su red? ¿Qué asociaciones tiene?

1

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO/INICIATIVA

- > **Visión general del proyecto**
 - ¿Para qué proyecto/iniciativa concreta está procurando financiación?
- > **Metas y objetivos**
 - ¿Qué pretende hacer el proyecto?
- > **Grupos destinatarios**
 - ¿A quién se pretende beneficiar?
- > **Cronograma**

2

NECESARIO

- > **¿Por qué es importante este proyecto?**
 - Incluya estadísticas o datos que pongan de manifiesto la necesidad de financiación
- > **¿Qué problemas aborda?**
 - ¿Cómo sabe que el problema existe, qué evidencias lo demuestran?
 - ¿Cuáles son las consecuencias de no abordar los problemas?
- > **¿Cuáles son las necesidades específicas de los beneficiarios apuntados?**
- > **¿Hay alguien más intentando solucionar el problema?**
 - ¿En qué se diferencia y/o complementa su enfoque?

3

SOLUCIÓN

- > **¿Qué va a hacer para resolver el problema?**
- > **¿Qué actividades principales se van a llevar a cabo para resolver los problemas planteados?**
- > **¿Cómo participarán los beneficiarios en la solución?**
- > **Destaque las asociaciones que participarán en sus esfuerzos.**
 - ¿Qué papel desempeñarán? ¿Cómo contribuirán?

4

PLANTILLA DE ARGUMENTOS DE APOYO

IMPACTO

5

> ¿Qué diferencia está haciendo?

- Indique los beneficios para individuos, grupos y/o comunidades.

> ¿Cómo lo sabe?

- ¿Cómo se seguirá el progreso?
- ¿Cómo medirá el éxito del proyecto?

> ¿Qué ámbitos sociales se ven afectados?

- Por ejemplo, salud y bienestar, igualdad de género, medio ambiente, desarrollo de la juventud, etc.

> ¿Cómo contribuyen los resultados a la misión y visión de su Unión?

> ¿Cómo compartirá los resultados del proyecto?

SOSTENIBILIDAD

6

> ¿Cuál es el legado percibido de la iniciativa?

> ¿Qué ocurrirá una vez agotada la financiación?

> ¿Tiene el proyecto capacidad para generar ingresos?

> ¿Es posible obtener ingresos adicionales?

> ¿Cómo contribuirá este proyecto a la estrategia más amplia de su Unión?

LLAMADO A LA ACCIÓN

7

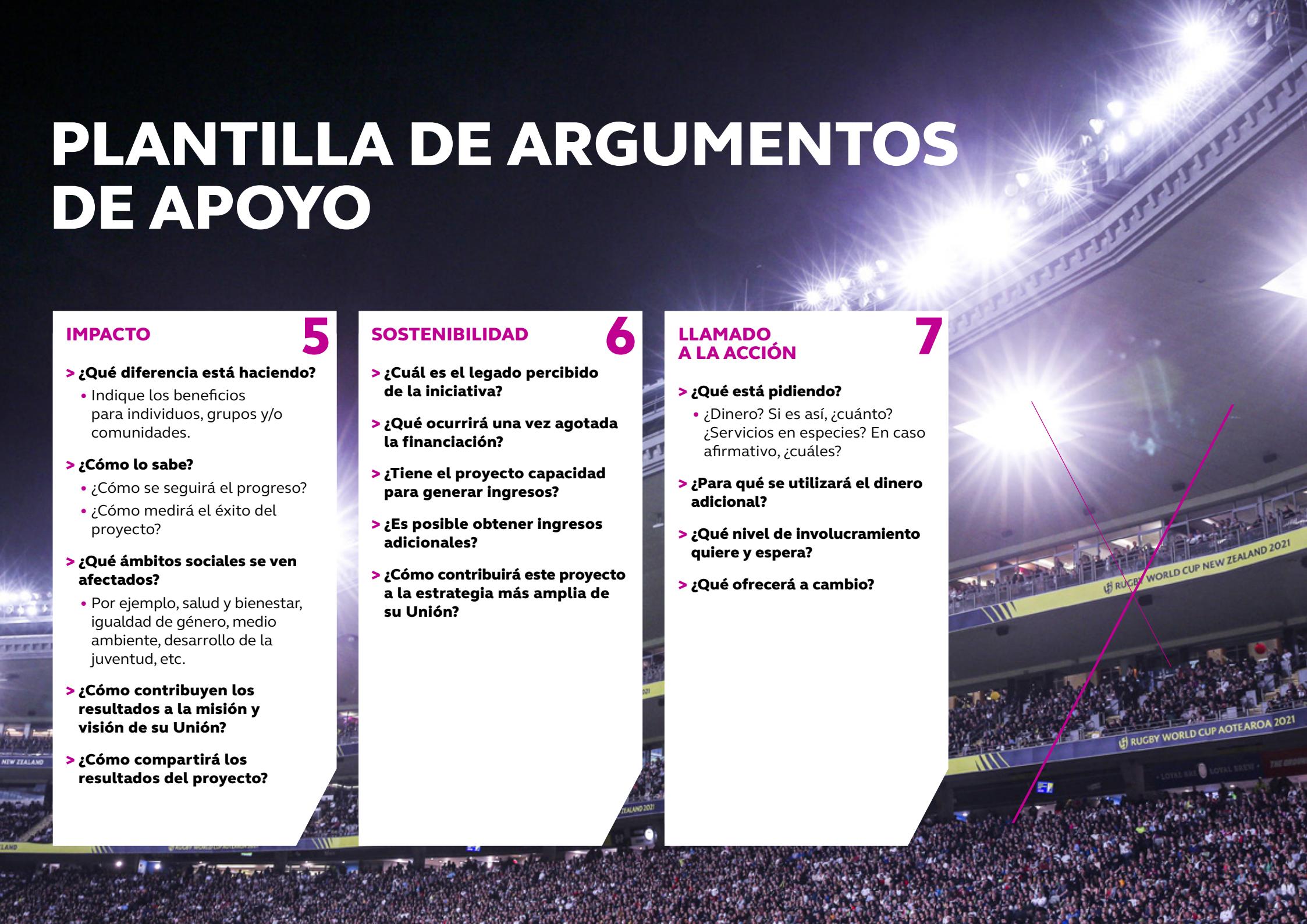
> ¿Qué está pidiendo?

- ¿Dinero? Si es así, ¿cuánto? ¿Servicios en especies? En caso afirmativo, ¿cuáles?

> ¿Para qué se utilizará el dinero adicional?

> ¿Qué nivel de involucramiento quiere y espera?

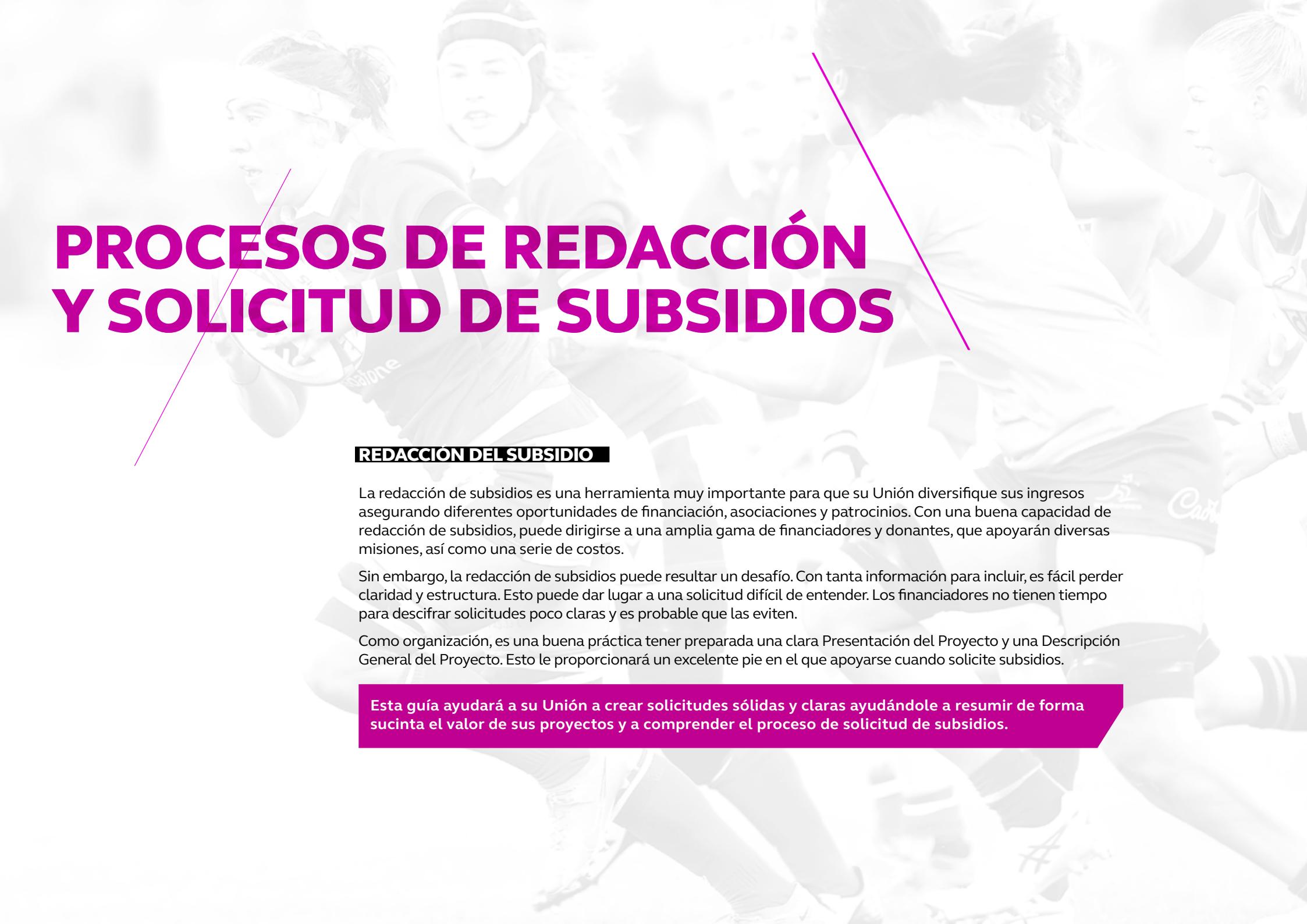
> ¿Qué ofrecerá a cambio?





SOLICITUDES Y PROPUESTAS

WORLD RUGBY
**Impact
Beyond**
2025



PROCESOS DE REDACCIÓN Y SOLICITUD DE SUBSIDIOS

REDACCIÓN DEL SUBSIDIO

La redacción de subsidios es una herramienta muy importante para que su Unión diversifique sus ingresos asegurando diferentes oportunidades de financiación, asociaciones y patrocinios. Con una buena capacidad de redacción de subsidios, puede dirigirse a una amplia gama de financiadores y donantes, que apoyarán diversas misiones, así como una serie de costos.

Sin embargo, la redacción de subsidios puede resultar un desafío. Con tanta información para incluir, es fácil perder claridad y estructura. Esto puede dar lugar a una solicitud difícil de entender. Los financiadores no tienen tiempo para descifrar solicitudes poco claras y es probable que las eviten.

Como organización, es una buena práctica tener preparada una clara Presentación del Proyecto y una Descripción General del Proyecto. Esto le proporcionará un excelente pie en el que apoyarse cuando solicite subsidios.

Esta guía ayudará a su Unión a crear solicitudes sólidas y claras ayudándole a resumir de forma sucinta el valor de sus proyectos y a comprender el proceso de solicitud de subsidios.

CÓMO PRESENTAR SU PROYECTO

DESCRIBE TU ORGANIZACIÓN/PROYECTO

- ✓ Una pregunta habitual de los financieros es 'describa brevemente su organización/proyecto'.
- ✓ A menudo, la cantidad de palabras para esto es muy limitada: entre 50 y 100 palabras.
- ✓ Una buena manera de responder a esta pregunta es pensar en estos cinco encabezamientos (ver abajo), hacer una lluvia de ideas para responder brevemente a cada uno de ellos y, a continuación, incorporarlos a un proyecto coherente.

QUIÉN

- > **Decir al financiador a quién intenta apoyar.**

- por ej. : Niños y jóvenes de comunidades socioeconómicas bajas de Brasil.

QUÉ

- > **Exponer brevemente su proyecto o actividad principal**, por ej.: 'ofrecer sesiones deportivas a jóvenes de comunidades desfavorecidas'.

- por ej. : Ofrecer sesiones deportivas extracurriculares a jóvenes de comunidades desfavorecidas.

DÓNDE

- > **Ubicación de su proyecto o dónde suele desarrollarse su trabajo.**

- por ej. : Diez espacios públicos diferentes en tres ciudades de Brasil.

CUÁNDO

- > **¿Cuándo necesita la financiación?**

- por ej. : Desde abril de 2025 hasta noviembre de 2025.

POR QUÉ

- > **Indicar una o dos razones principales por las que el financiador debería apoyarlo.**

- por ej. : Para mejorar el bienestar emocional y animar a jóvenes, que de otro modo, no podrían participar en el deporte debido a las barreras financieras, a ser físicamente activos.

EJEMPLO DE PRESENTACIÓN DE UN PROYECTO IMPACTANTE UTILIZANDO ESTA ESTRUCTURA:

Describa brevemente su proyecto (100 palabras como máximo)

Una serie de sesiones deportivas extracurriculares para niños y jóvenes de comunidades desfavorecidas / entornos socioeconómicos bajos en Brasil. Las sesiones se realizarán en diez espacios públicos diferentes (parques, playas, etc.) desde abril de 2025 hasta noviembre de 2025. Queremos mejorar el bienestar emocional de los niños y jóvenes desfavorecidos y animarlos a estar físicamente activos, especialmente cuando las barreras financieras pueden impedirles la participación en el deporte.

CÓMO OFRECER UNA VISIÓN GENERAL EXHAUSTIVA DEL PROYECTO

- ✓ Despues de la Presentación inicial del Proyecto, es posible que los financiadores soliciten una visión general más profunda del proyecto propuesto.
- ✓ Al respecto, una estructura de tres puntos es una buena manera de comunicarse con el financiador de forma clara y eficaz.
- ✓ Algunos financiadores seguirán un modelo similar en el formulario de solicitud, haciendo preguntas relacionadas con cada elemento individual, mientras que otros serán ambiguos y simplemente le pedirán que describa por qué quiere financiación.

NECESIDAD

- Explique al financiador por qué es necesario su proyecto/Unión.
- ¿Cuáles son los problemas, desafíos y desigualdades que intenta abordar?
- ¿Quiénes son sus beneficiarios (las personas a las que intenta ayudar)?
- Aporte evidencias → estadísticas, estudios de casos, informes de impacto, testimonios, comentarios de proyectos anteriores.

ACCIÓN

- Decir al financiador lo que hará para abordar la necesidad.
- Describir su proyecto/organización.
- Si solicita financiación para un proyecto, ¿quién lo llevará a cabo? ¿Cuánto durará el proyecto? ¿Con qué frecuencia se realizará?

RESULTADOS

- ¿Qué espera conseguir?
- Defina claramente las metas y objetivos de su Unión y su programa.
- ¿Hay resultados a corto plazo además de los resultados a largo plazo? Por ej.: un resultado a corto plazo para un proyecto deportivo que involucra a niños vulnerables de entornos socioeconómicos bajos podría ser la mejora de las conexiones sociales y las amistades. Un resultado a largo plazo podría ser la mejora del bienestar mental y la confianza en sí mismos gracias a estas amistades.

ASPECTOS A CONSIDERAR AL REDACTAR LA VISIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Las siguientes sugerencias le ayudarán a reforzar su solicitud, aportando contexto a su proyecto y demostrando por qué es usted el más indicado para llevarlo a cabo. Aunque es posible que los financiadores no los pidan directamente, estos elementos agregan profundidad y antecedentes adicionales.

VINIETAS

Utilice viñetas para crear una estructura clara y fácil de seguir. Recuerde que usted conoce su proyecto mejor que el financiador, entonces desglóselo en viñetas claras y concisas. El financiador lo agradecerá y será más probable que entienda su proyecto y dedique más tiempo a estudiar su solicitud.

HITOS DEL PROYECTO

Dar al financiador un cronograma claro demuestra que realmente ha pensado en el diseño y la ejecución del proyecto. Aumenta la confianza entre su Unión y el financiador al poner de relieve que se preocupa por garantizar el cumplimiento de sus objetivos.

MONITOREO Y EVALUACION

Demostre al financiador cómo evaluará el éxito del proyecto. Describa las herramientas y técnicas que utilizará para monitorear los resultados. Puede tratarse de encuestas que entregue a los participantes antes, durante y después del proyecto para mostrar las mejoras en diversas áreas clave. Otra posibilidad son las entrevistas con los participantes, que le permitirán recopilar citas y estudios de casos que podrá incluir en un informe final, junto con algunas estadísticas clave.

EXPERIENCIA Y CUALIFICACIONES

Incluya toda la experiencia y cualificaciones que su Unión y los miembros de su equipo posean y que le sitúen en una buena posición para llevar a cabo el proyecto. Ya se trate de cualificaciones de coaching, certificaciones específicas, capacitación, títulos universitarios, experiencia laboral, etc., ayudarán a validar su capacidad para ejecutar el proyecto.

PLANIFICACION A LARGO PLAZO

Los financiadores querrán ver que ha considerado formas de continuar su trabajo una vez finalizado el periodo de financiación. Considere si intentará obtener financiación de otras fuentes de ingresos, cómo compartirá el aprendizaje de sus proyectos y cualquier obstáculo a la longevidad de su organización/proyectos.

LOGROS

Es una buena idea mencionar premios y logros, ya que demuestran que ha sido reconocido a mayor escala.



PROCESO DE SOLICITUD

Por muy útil que resulte, no existe un formato universal para solicitar subsidios. Aunque hay algunas coincidencias y similitudes, cada financiador tiene un proceso de solicitud ligeramente diferente. Sin embargo, los siguientes aspectos clave son muy comunes en el proceso de solicitud de subsidios, por lo que es una buena idea familiarizarse con los diferentes procesos de solicitud.





1

MANIFESTACIÓN DE INTERÉS (EOI)

- La primera fase de cualquier proceso de solicitud.
- Los financiadores pueden pedir a los posibles solicitantes que presenten una manifestación de interés, que suele ser una carta breve, de no más de una página de tamaño A4, en la que se describe la organización, el proyecto y el importe de la financiación solicitada.
- Es una forma útil que tienen los financiadores de preseleccionar a los solicitantes y les evita tener que leer largos formularios de solicitud. También beneficia a los posibles solicitantes, ya que no tienen que dedicar mucho tiempo al formulario de solicitud, a menos que sean preseleccionados después de presentar una manifestación de interés.

2

INVITACIÓN A PRESENTAR UNA SOLICITUD

- En los casos en que los financiadores hayan solicitado una manifestación de interés, se invitará a las organizaciones preseleccionadas a presentar su candidatura a la oportunidad de financiación.
- Suele consistir en un formulario de solicitud más extenso, con preguntas específicas o áreas clave que deben incluirse en una descripción general y extensa de la organización y el proyecto.

3

SOLICITUDES PEDIDAS Y ESPONTÁNEAS

- Algunos financiadores sólo aceptan solicitudes de organizaciones que ya conocen o con las que tienen relación. Se trata de solicitudes pedidas y la entidad financiadora suele especificar si éste es el caso.
- Sin embargo, muchos financiadores también aceptan solicitudes de cualquier candidato que cumpla sus criterios de elegibilidad, tanto si el financiador ya los conoce como si no. Se trata de solicitudes espontáneas.
- Es importante comprobar si el financiador acepta solicitudes pedidas o espontáneas, ya que esto ahorrará mucho tiempo y frustración a largo plazo.



4

ENVÍO DE UNA SOLICITUD

- Suele hacerse por vía electrónica, ya sea a través de un sitio web o enviando por correo electrónico el formulario de solicitud cumplimentado al financiador.
- A veces los financiadores piden que la solicitud se presente en papel. En este caso, los solicitantes deben imprimir el formulario de solicitud y enviarlo por correo postal a la dirección de la entidad financiadora.
- Aunque pueda parecer obvio, compruebe que la entidad financiadora sigue aceptando solicitudes y que no se han publicado plazos tope, para evitar decepciones.
- En la mayoría de los casos, se enviará a los solicitantes un correo electrónico de confirmación o acuse de recibo, con un cronograma de cuándo deben esperar recibir una decisión sobre el resultado. Los plazos de espera varían drásticamente de una fuente de financiación a otra.

5

VISITA DEL FINANCIADOR/INVITACIÓN A UNA ENTREVISTA

- A algunos financiadores les gusta visitar a los solicitantes preseleccionados para poder ver el trabajo que hacen y hablar con el solicitante en persona.
- Por otra parte, otros financiadores invitan a los candidatos preseleccionados a una entrevista más formal en la que se debaten en mayor detalle elementos del proyecto como el presupuesto, los hitos, los plazos y los informes de impacto.
- Es importante señalar que no todos los financiadores incluyen esta fase en su proceso de solicitud. Muchos conceden la financiación basándose únicamente en el formulario de solicitud.

6

RESULTADO DE LA SOLICITUD

- Los solicitantes seleccionados serán informados del resultado positivo de su solicitud.
- Algunos financiadores informan a los solicitantes no seleccionados que su solicitud ha sido rechazada, mientras que otros no cuentan con un proceso formal de respuesta para los solicitantes no seleccionados.
- Si el tiempo de espera ha superado el plazo indicado por la entidad financiadora, cabe suponer que la solicitud no ha sido aceptada.

7

ACUERDO DE SUBSIDIO

- Los solicitantes seleccionados recibirán un acuerdo formal de subsidio del financiador.
- Los acuerdos de subsidio incluirán criterios clave que el beneficiario del subsidio deberá seguir durante todo el periodo de financiación, como la forma de informar sobre los resultados del proyecto y de dar a conocer al público en general cómo se ha financiado el proyecto.
- Es fundamental que el acuerdo de subsidio se firme y se respete, ya que es crucial para las responsabilidades de gestión del beneficiario del subsidio y fomentará una relación de trabajo positiva.

MARCO DE SOLICITUD DE SUBSIDIOS

Cuando se trata de conseguir financiación para su Unión, es importante contar con una propuesta de subsidio bien elaborada. Con la cantidad de tiempo y energía que se dedica a las solicitudes de subsidio, los siguientes consejos y el modelo de propuesta de subsidio pretenden ayudarle a desarrollar una propuesta ganadora para su próxima presentación.

CONSEJOS PARA REDACTAR UNA SOLICITUD DE SUBSIDIO CONVINCENTE

- 1 Estudie a su financiador:** Conozca sus prioridades para poder adaptar su solicitud en consecuencia. Si examina sus valores y prioridades, podrá aumentar sus posibilidades de éxito incluyéndolos en su solicitud (cuando corresponda). Los financiadores identificarán las solicitudes que carezcan de personalización. Si su solicitud no está adaptada a lo que busca el financiador, éste tendrá pocos o ningún incentivo para tener en cuenta a su organización para la financiación.
- 2 Personalice su solicitud para cada subsidio:** Adapte su propuesta de subsidio a los requisitos y preferencias específicos de cada oportunidad de financiación. Destaque cómo su proyecto se alinea con la misión y las prioridades del financiador.
- 3 Mantenga la coherencia:** Mantenga el formato, el estilo y el tono coherentes en toda la propuesta. Utilice títulos, subtítulos y viñetas para facilitar la lectura y el acceso a la información clave.
- 4 Escriba de forma sucinta:** La propuesta debe ser lo más breve y concisa posible. Los financiadores reciben innumerables solicitudes y dentro de una propuesta demasiado extensa y complicada, los puntos clave pueden quedar diluidos.
- 5 Incluya datos convincentes:** Añada datos y evidencias que respalden sus argumentos y destaque la necesidad urgente de su proyecto. Asegúrese de que los datos y cifras incluidos son actuales y precisos.
- 6 Evite el lenguaje técnico:** No dé por sentado que el evaluador tiene conocimientos previos de su contexto, así que evite la jerga y las abreviaturas y proporcione explicaciones.
- 7 Compruébelo dos veces:** Los errores en una propuesta de subsidio pueden costarle la financiación. Por eso, compruebe dos veces cada detalle y asegúrese de que ha incluido toda la información solicitada. Pedir a un colega que revise la propuesta puede ayudarlo a detectar cualquier error antes de presentarla.
- 8 Incluya documentos de apoyo:** Adjunte los documentos justificativos pertinentes, como estados financieros o cartas de apoyo y recomendación, para dar mayor credibilidad y contexto a su propuesta. También puede utilizar hipervínculos a documentos pertinentes online para ampliar la información.
- 9 Revise y actualice periódicamente su modelo de propuesta:** Revise y actualice periódicamente su modelo de propuesta de subsidio para reflejar cualquier cambio en su organización, programas u objetivos.

MODELO DE PROPUESTA DE SUBSIDIO

ES IMPORTANTE LEER DETENIDAMENTE LOS REQUISITOS DE CADA CONVOCATORIA DE SOLICITUDES.
NO OBSTANTE, LOS SUBSIDIOS SUELEN REQUERIR LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

1

CARTA DE PRESENTACIÓN

- > Una breve introducción en la que se explique la finalidad de la solicitud, el importe de la financiación solicitada y los resultados previstos.
- > Exprese su agradecimiento por la consideración del financiador y facilite información de contacto para el seguimiento.

2

RESUMEN EJECUTIVO

- > Un resumen conciso del proyecto o iniciativa, que incluya:
 - El objetivo o propósito, el impacto específico que pretende tener en el rugby, las comunidades y otras áreas relevantes, el presupuesto total y la cantidad que se solicita, y una breve descripción de cómo se utilizarán los fondos.

3

DECLARACIÓN DE NECESIDAD

- > Describa claramente el problema o la necesidad que encarárará la subsidio.
 - Utilice datos y evidencias relevantes para respaldar la necesidad de financiación y utilice investigaciones para demostrar el impacto del problema.
- > Descripción del Proyecto:
 - Defina los objetivos SMART (específicos, mensurables, alcanzables, relevantes y sujetos a plazos) del proyecto.
 - Detalle los pasos y actividades involucrados en la ejecución del proyecto.
 - Proporcione un cronograma claro del proyecto, indicando los principales hitos y plazos.
 - Defina quién se beneficiará con el proyecto.
 - Explique el impacto esperado y cómo se medirá el éxito del proyecto.

4

PRESUPUESTO

- > Presente un [presupuesto detallado](#), desglosando cómo se gastarán los fondos del subsidio solicitado.
 - Incluya fondos de contrapartida o ayuda en especies, si corresponde, y explique cómo el proyecto será financieramente sostenible después del subsidio.
 - Asegúrese de que el presupuesto se alinea a los objetivos y actividades descriptos en la solicitud.



MODELO DE PROPUESTA DE SUBSIDIO

5

ASOCIADOS

> Destaque los principales asociados o partes interesadas que participan en el proyecto.

- Muestre cómo estas asociaciones mejorarán los resultados del proyecto y proporcionarán recursos o conocimientos adicionales.

6

MONITOREO Y EVALUACIÓN

> Describa cómo se monitoreará y medirá el éxito del proyecto.

- Proporcione los indicadores clave de rendimiento (KPI) o métricas que se utilizarán para evaluar si se han alcanzado los objetivos.
- Mencione los métodos de evaluación, como encuestas, entrevistas o informes, que se utilizarán para recabar opiniones y medir el impacto.

7

SOSTENIBILIDAD

> Explique cómo el proyecto seguirá beneficiando a la comunidad del rugby a largo plazo, una vez agotado el subsidio.

- Explique estrategias de financiación continua, asociaciones u otras fuentes de ingresos que garanticen el éxito y la sostenibilidad del proyecto.



10 BANDERAS VERDES

PARA FINANCIADORES EN SU PROPUESTA DE SUBSIDIOS

- 1 A LA MEDIDA DEL FINANCIADOR
- 2 RESPONDE CLARAMENTE A CADA PREGUNTA
- 3 COHERENCIA INTERNA
- 4 BIEN REDACTADO Y CONCISO
- 5 PRESUPUESTO SENCILLO Y CLARAMENTE DEFINIDO
- 6 PRUEBAS SÓLIDAS DE LA NECESIDAD
- 7 DISEÑO DEL PROGRAMA BIEN PENSADO
- 8 CAPACIDAD DE EJECUCIÓN DEMOSTRADA
- 9 PRUEBAS CLARAS DEL APOYO DE LAS PARTES INTERESADAS
- 10 RESULTADOS DEL PROYECTO REALISTAS, IMPACTANTES Y MEDIBLES

10 BANDERAS ROJAS

PARA FINANCIADORES EN SU PROPUESTA DE SUBSIDIOS

- 1 PRESENTACIÓN INCOMPLETA O FUERA DE PLAZO
- 2 NO ESTÁ PERSONALIZADA (O ALINEADA) CON EL FINANCIADOR.
- 3 DEMASIADO AMBICIOSA
- 4 FALTA DE ESTRUCTURA Y PRESENTACIÓN
- 5 DÉBIL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
- 6 PRESUPUESTO MAL DEFINIDO
- 7 CAPACIDAD ORGANIZATIVA INSUFICIENTE
- 8 MONITOREO Y EVALUACIÓN INADECUADOS
- 9 FALTA DE TRANSPARENCIA FINANCIERA
- 10 COLABORACIÓN DEFICIENTE

EJEMPLO DE PLANTILLA DE MODELO DE PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN FINANCIERA

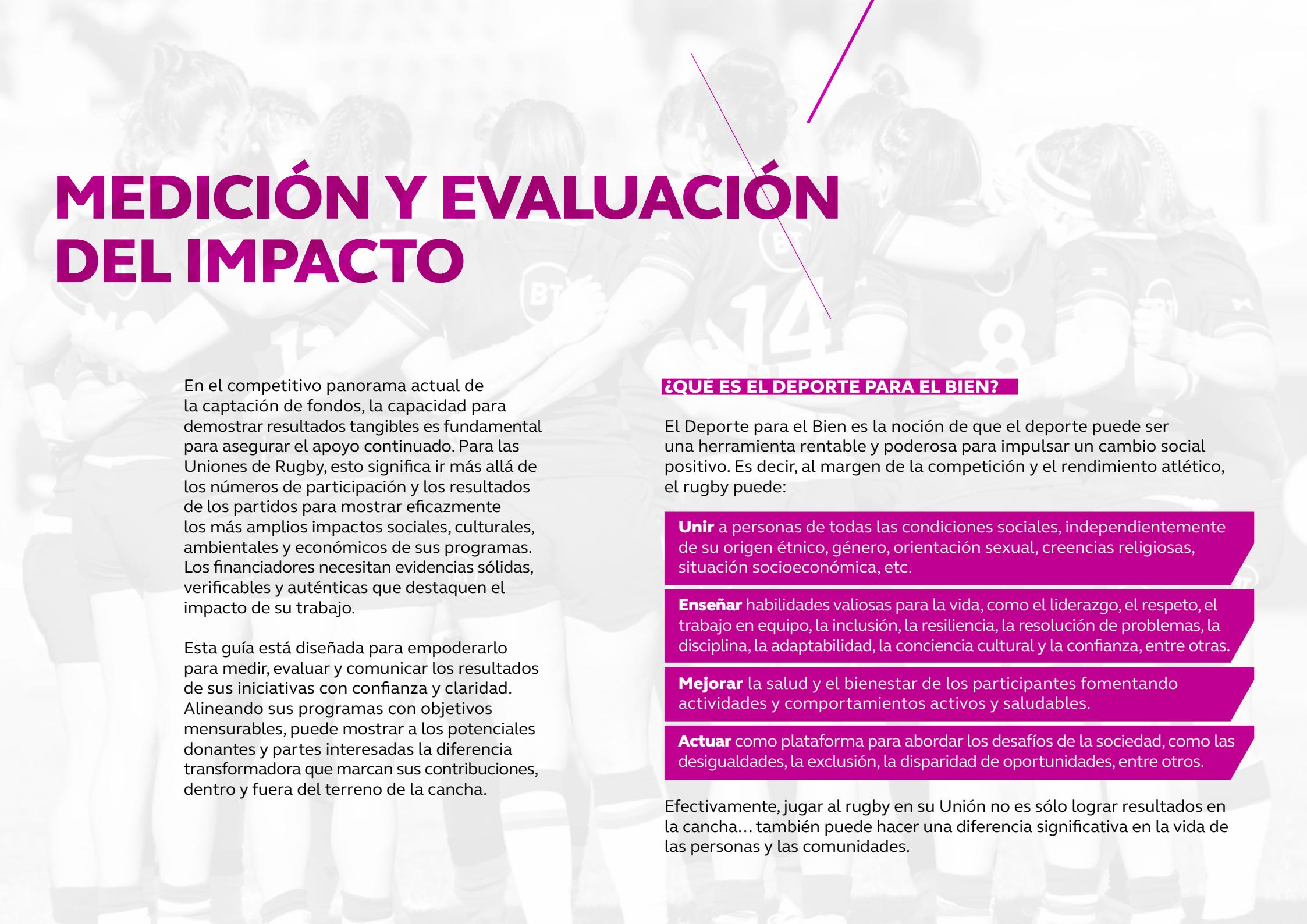
PLANTILLA DE MODELO DE PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN FINANCIERA



DEMOSTRACIÓN DEL IMPACTO

WORLD RUGBY
Impact Beyond
2025

MEDICIÓN Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO



En el competitivo panorama actual de la captación de fondos, la capacidad para demostrar resultados tangibles es fundamental para asegurar el apoyo continuado. Para las Uniones de Rugby, esto significa ir más allá de los números de participación y los resultados de los partidos para mostrar eficazmente los más amplios impactos sociales, culturales, ambientales y económicos de sus programas. Los financiadores necesitan evidencias sólidas, verificables y auténticas que destaque el impacto de su trabajo.

Esta guía está diseñada para empoderarlo para medir, evaluar y comunicar los resultados de sus iniciativas con confianza y claridad. Alineando sus programas con objetivos mensurables, puede mostrar a los potenciales donantes y partes interesadas la diferencia transformadora que marcan sus contribuciones, dentro y fuera del terreno de la cancha.

¿QUÉ ES EL DEPORTE PARA EL BIEN?

El Deporte para el Bien es la noción de que el deporte puede ser una herramienta rentable y poderosa para impulsar un cambio social positivo. Es decir, al margen de la competición y el rendimiento atlético, el rugby puede:

Unir a personas de todas las condiciones sociales, independientemente de su origen étnico, género, orientación sexual, creencias religiosas, situación socioeconómica, etc.

Enseñar habilidades valiosas para la vida, como el liderazgo, el respeto, el trabajo en equipo, la inclusión, la resiliencia, la resolución de problemas, la disciplina, la adaptabilidad, la conciencia cultural y la confianza, entre otras.

Mejorar la salud y el bienestar de los participantes fomentando actividades y comportamientos activos y saludables.

Actuar como plataforma para abordar los desafíos de la sociedad, como las desigualdades, la exclusión, la disparidad de oportunidades, entre otros.

Efectivamente, jugar al rugby en su Unión no es sólo lograr resultados en la cancha... también puede hacer una diferencia significativa en la vida de las personas y las comunidades.



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE MEDIR EL IMPACTO PARA SU UNIÓN DE RUGBY?

DEMUESTRA RESULTADOS TANGIBLES: >

GENERA CONFIANZA EN LAS PARTES INTERESADAS: >

MEDIR EL ÉXITO: >

DESTACAR LOS RESULTADOS REALES: >

IDENTIFICAR LO QUE FUNCIONA: >

UTILIZAR LOS DATOS PARA MEJORAR LAS DECISIONES: >

ELEVAR LA REPUTACIÓN DEL RUGBY: >

Medir el impacto le permite demostrar que sus programas aportan beneficios reales y mesurables, generando credibilidad y reforzando el impacto social más amplio del rugby.

Las evaluaciones de impacto aportan evidencias y muestran resultados a los financiadores y socios, aumentando su confianza en el trabajo de su Unión.

Las pruebas apoyadas en datos facilitan la atracción y retención de financiadores y socios.

Utilizar estadísticas con historias personales (por ejemplo, entrevistas, testimonios, imágenes, etc.- consultar la Guía para contar historias) para mostrar cómo sus programas transforman vidas.

Medir los resultados ayuda a su Unión a comprender qué iniciativas son más eficaces.

La evaluación ayuda a perfeccionar los programas para lograr un mayor impacto y un uso eficiente de los recursos.

Demostrar que el rugby contribuye al bien social mejora la imagen y el legado del deporte.



LISTADO DE CONTROL DEL MARCO DE MEDICIÓN Y EVALUACIÓN DE IMPACTO

ESTABLECER OBJETIVOS CLAROS

CREAR UN PLAN DE ACCIÓN

ELEGIR INDICADORES CLAVE DE RENDIMIENTO (KPI)

ESTABLECER LA RECOLECCIÓN DE DATOS

ANALIZAR LOS DATOS Y COMUNICAR LAS CONCLUSIONES

COMPARTIR EL IMPACTO CON LAS PARTES INTERESADAS

REVISAR, MEJORAR Y ACTUALIZAR

SEA TRANSPARENTE Y RINDA CUENTA

Poner el foco en los resultados clave alineados con la misión de su Unión y establecer objetivos a largo plazo para mostrar el impacto de su programa.

Incluir acciones clave, cronogramas y responsabilidades, incorporando historias personales o estudios de casos para mostrar el impacto. Solicitar la opinión de los miembros del consejo, asociados o financiadores para perfeccionar y fortalecer su plan.

Definir Indicadores clave de rendimiento simples y mesurables que permitan realizar un seguimiento de los avances y sean fáciles de entender para las partes interesadas.

Utilizar herramientas sencillas como encuestas, listas de asistencia o entrevistas con plantillas para garantizar la coherencia, y programe la recolección regular de datos (por ejemplo, mensual o trimestralmente). Asignar personal capacitado para manejar los datos de forma segura y privada.

Revisar los datos para identificar tendencias y medir el progreso, usando historias y comentarios para explicar los resultados. Elaborar informes claros y específicos con tablas o gráficos sencillos para distintos destinatarios, como los financiadores, el personal y la comunidad.

Recoger regularmente datos cualitativos (historias, testimonios, fotos) y cuantitativos para demostrar el impacto de sus programas, mostrar el valor del apoyo de los donantes y poner al día a la comunidad para generar confianza.

Identificar las áreas susceptibles de mejora, recabar opiniones y ajustar los objetivos en consecuencia. Revisar periódicamente su plan de medición del impacto, actualizar los indicadores clave de rendimiento o los métodos de recopilación de datos y hacer un seguimiento de las lecciones aprendidas para mejorar los informes futuros.

Publicar un informe anual de impacto para compartir los resultados con el público y las partes interesadas y recabar opiniones para asegurarse de que satisface las necesidades de donantes y socios.