

# PROGRAMA DE FORMACIÓN EN FUNDRAISING

Madrid, 15 de febrero – 5 de abril de 2016

## CONTENIDO

1. DATOS GENERALES DEL CURSO .....	3
1.2.- ANTECEDENTES .....	3
2.- DESCRIPCIÓN DEL CURSO .....	5
3.- OBJETIVOS DEL CURSO .....	6
4.- METODOLOGÍA.....	7
5.- PROGRAMA GENERAL DEL CURSO.....	8
6. PROGRAMA DETALLADO.....	10

## 1. DATOS GENERALES DEL CURSO

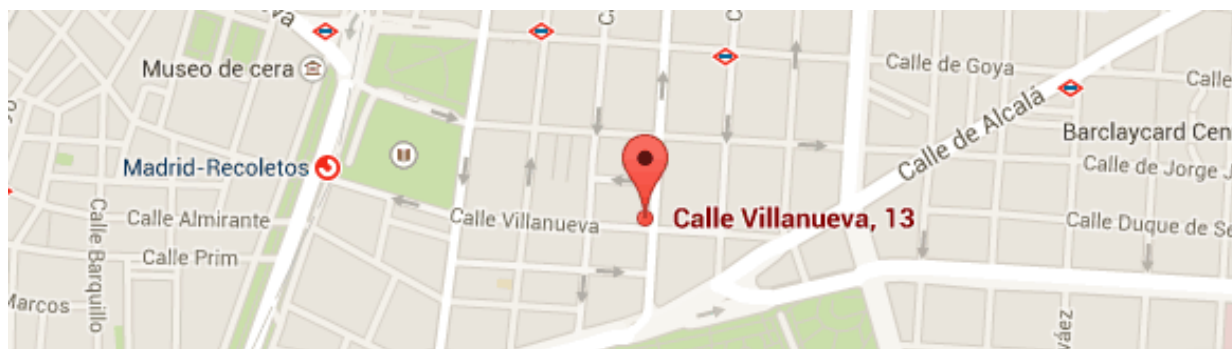
**Fecha de inicio:** 15 de febrero de 2016

**Fecha de fin:** 5 de abril de 2016

**Nº días de formación:** 8 días de formación, repartidos en 2 días semanales (lunes y martes) en semanas alternas, con 7 horas formativas cada día.

**Lugar:** ETJ, Calle Villanueva 13, Bajo Izquierda, 28001 Madrid

**Metro más próximo:** Retiro



### 1.2.- ANTECEDENTES

El *fundraising* consiste en la captación y gestión de fondos y bienes, tanto de personas como de empresas, fundaciones y Administraciones Públicas, sin ánimo de lucro. La existencia de este tipo de iniciativas de captación de fondos ha sido uno de los soportes fundamentales para el desarrollo de proyectos de investigación en los últimos años a nivel mundial. En España, aunque la captación de fondos es inferior a la que existe en otros países occidentales, la cultura del mecenazgo, la filantropía y la captación de fondos para causas sociales e investigación científica está experimentando un importante crecimiento, ya que durante el 2013 se duplicaron las cifras alcanzadas en 2012, con 19,1 millones de euros.

Sin embargo el *fundraising* no es exclusivamente una actividad de captación de aportaciones económicas, sino que hace referencia también a la creación de relaciones y al impulso del cambio social y cultural, y la implicación de la sociedad en las actividades que las organizaciones captadoras de fondos realizan.

En este entorno la FECYT ha definido como uno de sus ejes de actuación el incremento de la participación social a favor de la ciencia. Con este fin, la FECYT está trabajando en la creación de distintos programas que incentiven y fomenten la participación de entidades privadas y de los ciudadanos a favor de la ciencia, así como la apertura de los centros de investigación a la ciudadanía. En concreto, el programa *Fundraising Científico* pretende mostrar al investigador la importancia de acercarse a la sociedad y hacerle partícipe de su investigación en aras de diversificar sus fuentes de financiación. Dentro de dicho marco de actuaciones, la FECYT ha organizado el presente programa de formación en *fundraising* dirigido a los centros de investigación financiados con fondos públicos.

## 2.- DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso consta de diez módulos temáticos, además de una sesión de presentación y cierre (2 horas):

- Fundamentos de estrategia (6 horas)
- Marketing (7 horas)
- Habilidades de comunicación y liderazgo (7 hora)
- Socialización: comunicar ciencia (7 horas)
- Responsible Research and Innovation (2 horas)
- Marco legal y fiscal (4 horas)
- Gestión de proyectos y equipos (3 horas)
- Fundraising: conceptos (7 horas)
- Captación de fondos privados (7 horas)
- Sesiones de presentación (6 horas)

Al finalizar el curso los alumnos deberán presentar un Plan de Fundraising y Socialización para sus respectivas organizaciones donde se pondrá en práctica todo lo aprendido durante el proceso de formación. Para su elaboración los alumnos deberán trabajar durante la duración del curso y contarán con dos semanas tras su finalización para trabajar en su plan, que deberá ser presentado como proyecto de finalización del curso para poder recibir el certificado de realización del mismo.

## 3.- OBJETIVOS DEL CURSO

### 3.1 General

El objetivo general del curso es promover la apertura y socialización de los centros de investigación en colaboración con las Unidades de Cultura Científica y la profesionalización de la captación de fondos en los centros, dotando a los equipos de las capacidades, conocimientos y competencias necesarias para implantar la cultura de *fundraising* y desarrollar planes de socialización y captación de fondos adaptados a las necesidades de cada centro.

### 3.2 Específicos

Los objetivos específicos del curso son los siguientes:

- Preparar al centro para el cambio cultural y para integrar la captación de fondos en su estrategia.
- Adquirir los conocimientos técnicos y las competencias necesarias, para diseñar y desarrollar un plan de socialización y de captación de fondos.
- Conocer de primera mano las técnicas y recursos utilizados en otros ámbitos y sectores para la captación de fondos.
- Aplicar dichos conocimientos en un proyecto real.

## 4.- METODOLOGÍA

La metodología del curso persigue un aprendizaje basado en la experiencia y bajo una filosofía de aprender haciendo. Es por ello que tanto el equipo docente como el diseño del contenido están encaminados a dotar a los participantes de conocimientos teóricos para seguidamente aplicar dicha teoría a casos reales y que guardan estrecha relación con los conocimientos aprendidos en cada uno de los módulos.

Para ello se utilizarán las siguientes técnicas de enseñanza:

- Sesiones teóricas.
- Discusión de los casos o ejemplos seleccionados por el docente para ilustrar la sesión.
- Trabajo en grupos en las sesiones que así lo requieran para fomentar el aprendizaje y el intercambio de experiencias.
- Sesión de presentación –simulación–de proyectos ante potenciales donantes o inversores (en formato “*Pitch session*”).

Como elemento aglutinador de la formación durante las sesiones los alumnos trabajaran sobre su proyecto real, del que en esta última sesión deberán realizar un breve adelanto, y que posteriormente podrán trabajar durante dos semanas más.

Asimismo se incluirá como ejercicio práctico la elaboración de un proyecto para su subida a la plataforma de crowdfunding PRECIPITA ([www.precipita.es](http://www.precipita.es)) gestionada por FECYT.

La formación se completará con la presentación del plan de socialización y captación de fondos al finalizar el programa por parte de los alumnos. Estos proyectos serán evaluados por FECYT y serán tenidos en cuenta a la hora de seleccionar los centros que, en una segunda fase del programa, recibirán asesoramiento personalizado en las materias objeto del curso. El plan presentado será evaluado en base a los siguientes criterios:

- Aplicación en el plan de los conceptos y herramientas incluidos en el programa de formación.
- Claridad de los objetivos del plan.
- Nivel de concreción de las medidas propuestas.
- Viabilidad del plan y adecuación de los medios a los objetivos establecidos.

## 5.- PROGRAMA GENERAL DEL CURSO

Programa de Formación en <i>Fundraising</i>				
Día		Hora		Módulo
Semana 1	Lunes 15 de febrero	Sesión 1	10:30-11:30	Bienvenida e introducción al curso
		Sesión 2	11:30-12:30	Fundamentos de estrategia
		Café	12:30-12:45	
		Sesión 3	12:45-13:45	Fundamentos de estrategia
		Sesión 4	13:45-14:45	Fundamentos de estrategia
		Comida	14:45-15:45	
		Sesión 5	15:45-16:45	Fundamentos de estrategia
		Sesión 6	16:45-17:45	Fundamentos de estrategia
	Sesión 7	17:45-18:45	Fundamentos de estrategia	
	Martes 16 de febrero	Sesión 1	09:00-10:00	Marketing
		Sesión 2	10:00-11:00	Marketing
		Sesión 3	11:00-12:00	Marketing
		Café	12:00-12:15	
		Sesión 4	12:15-13:15	Marketing
Sesión 5		13:15-14:15	Marketing	
Comida		14:15-15:15		
Sesión 6		15:15-16:15	Marketing	
Sesión 7	16:15-17:15	Marketing		
Semana 2	Lunes 29 de febrero	Sesión 1	10:30-11:30	Habilidades de comunicación y liderazgo
		Sesión 2	11:30-12:30	Habilidades de comunicación y liderazgo
		Café	12:30-12:45	
		Sesión 3	12:45-13:45	Habilidades de comunicación y liderazgo
		Sesión 4	13:45-14:45	Habilidades de comunicación y liderazgo
		Comida	14:45-15:45	
		Sesión 5	15:45-16:45	Habilidades de comunicación y liderazgo
		Sesión 6	16:45-17:45	Habilidades de comunicación y liderazgo
	Sesión 7	17:45-18:45	Habilidades de comunicación y liderazgo	
	Martes 1 de marzo	Sesión 1	09:00-10:00	Socialización: comunicar ciencia
		Sesión 2	10:00-11:00	Socialización: comunicar ciencia
		Sesión 3	11:00-12:00	Socialización: comunicar ciencia
		Café	12:00-12:15	
		Sesión 4	12:15-13:15	Socialización: comunicar ciencia
Sesión 5		13:15-14:15	Socialización: comunicar ciencia	
Comida		14:15-15:15		
Sesión 6		15:15-16:15	Responsible Research and Innovation (RRI)	
Sesión 7	16:15-17:15	Responsible Research and Innovation (RRI)		



Semana 3	Lunes 14 de marzo	Sesión 1	10:30-11:30	Marco legal y fiscal
		Sesión 2	11:30-12:30	Marco legal y fiscal
		Café	12:30-12:45	
		Sesión 3	12:45-13:45	Marco legal y fiscal
		Sesión 4	13:45-14:45	Marco legal y fiscal
		Comida	14:45-15:45	
		Sesión 5	15:45-16:45	Gestión de proyectos
	Sesión 6	16:45-17:45	Gestión de proyectos	
	Sesión 7	17:45-18:45	Gestión de proyectos	
	Martes 15 de marzo	Sesión 1	09:00-10:00	Fundraising: conceptos
		Sesión 2	10:00-11:00	Fundraising: conceptos
		Sesión 3	11:00-12:00	Fundraising: conceptos
		Café	12:00-12:15	
		Sesión 4	12:15-13:15	Fundraising: conceptos
Sesión 5		13:15-14:15	Fundraising: conceptos	
Comida		14:15-15:15		
Sesión 6	15:15-16:15	Fundraising: conceptos		
Sesión 7	16:15-17:15	Fundraising: conceptos		
Semana 4	Lunes 4 de abril	Sesión 1	10:30-11:30	Captación de fondos privados
		Sesión 2	11:30-12:30	Captación de fondos privados
		Café	12:30-12:45	
		Sesión 3	12:45-13:45	Captación de fondos privados
		Sesión 4	13:45-14:45	Captación de fondos privados
		Comida	14:45-15:45	
		Sesión 5	15:45-16:45	Captación de fondos privados
	Sesión 6	16:45-17:45	Captación de fondos privados	
	Sesión 7	17:45-18:45	Presentación de caso real	
	Martes 5 de abril	Sesión 1	09:00-10:00	Sesiones de presentación
		Sesión 2	10:00-11:00	Sesiones de presentación
		Sesión 3	11:00-12:00	Sesiones de presentación
		Café	12:00-12:15	
		Sesión 4	12:15-13:15	Sesiones de presentación
Sesión 5		13:15-14:15	Sesiones de presentación	
Comida		14:15-15:15		
Sesión 6	15:15-16:15	Sesiones de presentación		
Sesión 7	16:15-17:15	Resumen de las jornadas y evaluación del curso		

## 6. PROGRAMA DETALLADO

### Sesión inaugural

**Descripción:**

Se realizará una sesión de bienvenida donde se presenten los objetivos del programa y se explicará la metodología de trabajo.

**Objetivo:**

El objetivo es conocer las expectativas de los alumnos y que estos conozcan en qué va a consistir el curso, de modo que estas expectativas puedan acercarse lo más posible a los resultados reales de la formación.

### Fundamentos de Estrategia:

**Objetivo:**

El módulo tiene como finalidad conocer los fundamentos, método y herramientas necesarios para el proceso de formulación estratégica de un proyecto o un plan.

El enfoque del módulo está orientado a que se conozcan los elementos de un plan estratégico de socialización y búsqueda de fondos.

**Descripción:**

El objetivo del módulo es familiarizar al asistente con las herramientas del análisis estratégico para fomentar la planificación estratégica desde el punto de vista de la organización y del proyecto concreto, en este caso de fundraising y socialización. .

En concreto el alumno deberá conocer y ágilmente utilizar dichas herramientas y poder iniciar: el análisis competitivo, la identificación sistemática de oportunidades, la construcción de ventajas competitivas, diseño y desarrollo de la organización, gestión de recursos y capacidades, sistemas de control, evaluación e incentivos, procesos de toma de decisiones, gestión del cambio, gestión de la innovación.

Tener una base metodológica para poder liderar el proceso de creación del plan estratégico de captación de fondos y de un plan de socialización para su organización.

## Marketing: conceptos generales

### Descripción:

En el módulo se abordan los fundamentos del marketing derivado de planteamiento estratégico y cómo se transforma en un instrumento de comunicación y generación de potenciales financiadores del proyecto. Utilización de herramientas de marketing digital para la planificación y desarrollo de campañas.

En el ámbito del fundraising la comunicación y las relaciones con el cliente de manera profesional, juegan un papel fundamental en el éxito de la captación de fondos. Conocer ciertos elementos de las relaciones públicas para aplicarlos a las acciones de marketing.

### Objetivo:

Lograr visibilidad sobre los criterios de definición estratégica, focalizando en la síntesis y claridad de enfoque estratégico y comunicación a través de los distintos medios.

Mostrar el desarrollo práctico de planes de marketing alineados con la estrategia de la organización y de los objetivos de socialización y de fundraising. Aplicación de los parámetros de cualquier producto, precio, publicidad y distribución.

Enfocar las acciones de marketing hacia el desarrollo de estrategias en redes sociales con la coherencia necesaria para la captación de fondos.

Elementos para compaginar el marketing online / offline.

## Marco Legal y Fiscal:

### Descripción:

En el módulo se aborda todo el marco normativo que impacta directamente en las operaciones de búsqueda de fondos y recepción de los mismos. También se impartirán los fundamentos de la normativa tributaria y aquella que en especial la relacionada con el mecenazgo y el crowdfunding.

Para este módulo se contará con un experto en el tercer sector que conoce los problemas prácticos de la implementación de la normativa.

### Objetivo:

Lograr un conocimiento básico para poder abordar proyectos de búsqueda de fondos más allá de los mecanismos ya conocidos como subvenciones.

Apoyar a las entidades a elaborar sus estrategias de captación de fondos en base a la actual normativa fiscal. Aportar agilidad al proceso previo de la búsqueda de fondos y permitir una interlocución fluida con los interlocutores especialistas.

Mejorar la gestión de los proyectos ya que se evitan errores y posibles inconvenientes que den lugar a la inviabilidad jurídica de algún proyecto o estrategia de fundraising.

## Gestión de proyectos / Gestión de equipos

### Descripción:

En este módulo se aborda la gestión integral de proyectos, con un foco especial a proyectos financiados con fondos públicos y privados. También se estudiarán los fundamentos de gestión de proyectos, su ciclo de vida, la función del gestor de proyectos. En líneas generales se estudiarán los fundamentos de la metodología PMI, especialmente en lo que respecta al control y desviaciones y a las áreas de conocimiento de la gestión de proyectos. Igualmente se estudiarán las nociones de la planificación temporal de proyectos con énfasis en el método de la ruta crítica CPM.

Como elemento fundamental de la gestión de proyectos está la gestión de personas. En el módulo se abordarán técnicas para lograr gestionar esta pieza fundamental de todo proyecto. Estas técnicas serán reforzadas en el módulo de habilidades y comunicación.

### Objetivo:

Dotar al alumno de un conjunto de nociones que le permitan idear y diseñar un proyecto bajo una serie de buenas prácticas y una metodología contrastada como el PMI.

Conocer un conjunto de herramientas básicas para facilitar la labor de gestión dentro de los proyectos

Dominar el seguimiento de proyectos y estar en capacidad de reportar y ejecutar acciones correctivas.

Conocer las técnicas para abordar la gestión del cambio, gestión del tiempo y liderazgo del gestor de proyectos.

## Habilidades en comunicación y liderazgo

### Descripción:

En este módulo se desarrollarán un conjunto de habilidades interpersonales que sirven de apoyo en la gestión de un proyecto de Fundraising.

Por otro lado se darán a conocer las pautas para lograr una comunicación efectiva, tanto internamente como externamente. En éste último caso se abordarán técnicas de improvisación y puesta en escena, dando especial importancia a la exposición oral y ante un público amplio. Estas habilidades se acompañan de una serie de consejos prácticos que serán impartidos por el facilitador.

### Objetivo:

Dotar al alumno de un conjunto de conocimientos y técnicas para dominar la comunicación en público y con equipos de trabajo.

Facilitar herramientas para la comunicación de un proyecto de manera concisa y con mensajes claros.

Trabajar la comunicación “Face-to-face” para lograr la atención del posible inversor, donante.

### Socialización: por qué y cómo divulgar la ciencia

**Descripción:**

En el módulo se abordará la problemática específica de la comunicación en el ámbito científico. Se analizará el concepto de divulgación científica y se darán las claves para su desarrollo.

**Objetivo:**

Los objetivos del módulo son concienciar a los alumnos de la importancia de divulgar el trabajo científico que realizan sus organizaciones y de la importancia de acercar a los ciudadanos su trabajo, así como dotarles de los conceptos básicos para poder realizar esta tarea de forma eficaz.

Además se incluirá una breve sesión sobre *Responsible Research and Innovation* (RRI).

### Fundraising: conceptos generales

**Descripción:**

En este módulo se tratarán los elementos esenciales del fundraising, el mecenazgo y la filantropía, con el fin de familiarizar a los alumnos con el concepto y su aplicación al ámbito de la I+D.

**Objetivo:**

Este módulo tiene como objetivo proporcionar los conocimientos básicos sobre fundraising que permitirán a los gestores de los centros públicos de investigación diseñar, planificar y ejecutar con éxito un proyecto de fundraising. Para ello se hará un repaso de la situación internacional y de los principales tipos y técnicas de fundraising. A partir de ahí se estudiará la situación en España y se analizarán casos reales. El módulo también analiza las particularidades del fundraising orientado a las actividades de investigación e innovación

### Captación de fondos: relaciones con empresas y alianzas estratégicas

**Descripción:**

Este módulo se centrará en el desarrollo de las habilidades esenciales para generar ingresos a través de donantes privados, especialmente de tipo corporativo: mapeo de

posibles fuentes privadas de financiación, técnicas de aproximación, preparación de la reunión, identificación de posibles sinergias, cómo gestionamos la relación, manejo de expectativas, evolución, fidelización y alianzas estratégicas. El módulo incluirá una sesión práctica en la que se tratarán casos reales propuestos por los propios alumnos.

**Objetivo:**

El objetivo es que los alumnos sepan cómo debe diseñarse y ejecutarse una estrategia de captación de fondos privados.

**Sesiones de presentación ante potenciales donantes o financiadores**

**Descripción:**

Esta sesión es la que cierra el ciclo de formación e intenta condensar todos los módulos que se han recibido por parte de los alumnos.

Esta sesión sirve de "campo de pruebas" para practicar uno de los puntos más importantes del proceso de captación de fondos, que es la comunicación del proyecto, su importancia, la necesidad que resuelve y cuanto es el volumen de fondos necesarios.

La dinámica de esta sesión viene dada por la presentación ante un experto perteneciente al mundo de la inversión de los proyectos que estén en marcha o de los proyectos que los alumnos quieran utilizar como medio de aplicación de los conocimientos adquiridos. Al final de cada grupo se obtendrá un feedback con la finalidad de destacar los errores que se hayan cometido y poderlos corregir.

**Objetivo:**

Permite vivir la experiencia de presentar un proyecto ante un inversor

Dominar los puntos claves a la hora de comunicar el proyecto en vivo y ante un público

Corregir y guiar sobre los puntos mejorables a cada alumno.

Ser conscientes de la importancia no sólo del proyecto en sí, sino cómo se comunica y cómo se presentan los resultados.

Ser capaz de responder a las preguntas de donantes y de defender el proyecto.

Saber responder y redirigir las situaciones en el momento de la presentación.