

A N E X O F

RECAUDACIÓN DIRECTA DE FONDOS POR CORREO

LA RECAUDACIÓN DIRECTA DE FONDOS POR CORREO ES UN MEDIO BÁSICO DE CAPTAR NUEVOS DONANTES Y DE RENOVAR LAS DONACIONES. MEDIANTE LA RECAUDACIÓN DIRECTA DE FONDOS POR CORREO SE PUEDEN ATRAER NUEVOS DONANTES, SE PUEDE AGRADECER, INFORMAR Y MANIFESTAR RECONOCIMIENTO A LOS DONANTES Y SE PUEDEN HACER LLAMAMIENTOS PARA RENOVAR Y AUMENTAR LAS DONACIONES Y TAMBIÉN OTROS OFRECIMIENTOS PARA GENERAR PARTICIPACIÓN Y APOYO. EL CORREO ES EL MEDIO IDÓNEO PARA PONER A PRUEBA DIVERSAS PROPUESTAS, MENSAJES Y NIVELES DE DONACIONES. MEDIANTE CUPONES DE RESPUESTA, SE PUEDE FÁCILMENTE LLEVAR CUENTA DEL NÚMERO DE RESPUESTAS.

ES ESENCIAL PLANIFICAR LOS ENVÍOS POR CORREO QUE SE HARÁN DURANTE EL AÑO. El plan debe incluir algunos envíos por correo destinados a obtener nuevos nombres para la base de datos de donantes y otros para que los donantes renueven y aumenten sus donaciones. Por ejemplo, entre seis y ocho semanas después de cada llamamiento a los donantes activos, se puede enviar un recordatorio a quienes no hayan respondido.

Muchas organizaciones han comprobado que es satisfactorio hacer un llamamiento importante en la primavera, otro en el verano y otro hacia el fin del año (en todos los casos, con seguimiento de las personas que no hayan respondido).

Los rendimientos serán bajos hasta que se haya constituido una lista considerable de donantes. En verdad, cuando se hace un envío por correo a una nueva lista de personas para ver quién responderá (lo que a veces se llama "prospección"), se considera que la iniciativa tiene éxito si sufraga sus gastos. La ventaja de la prospección es que se constituye una lista de personas que han respondido (y que se considera probable que vuelvan a responder). Una vez que se ha elaborado esa lista, se la puede usar ventajosamente de diversas maneras:

- para enviar futuros llamamientos, que por lo común tendrán una respuesta satisfactoria porque se trata de donantes conocidos;

- para hacer conocer al público la obra de la Sociedad Nacional y, en particular, para dar más información a las personas que presumiblemente estarán más interesadas;
- para buscar participantes en programas de servicios y preparación para desastres;
- para convencer a las personas de la vital función que han desempeñado con su ayuda a la Sociedad Nacional y cultivar así su interés permanente en la obra de la Sociedad Nacional.

En la presente sección describiremos:

- **EL PROCESO DE LA RECAUDACIÓN DIRECTA DE FONDOS POR CORREO;**
- **LA CAPTACIÓN DE DONANTES;**
- **LA ACTUALIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS DE DONANTES;**
- **LA GESTIÓN DE LA BASE DE DATOS DE DONANTES;**
- **EL MATERIAL DEL LLAMAMIENTO.**

EL PROCESO DE LA RECAUDACIÓN DIRECTA DE FONDOS POR CORREO

En la recaudación directa de fondos por correo se deben seguir siete pasos básicos. Lo mejor es comenzar de manera sencilla y refinar el proceso a medida que se adquiere experiencia.

- **CREAR UNA BASE DE DATOS DE DONANTES;**
- **PLANIFICAR UN PROGRAMA DE ENVÍOS POR CORREO;**
- **REDACTAR EL LLAMAMIENTO Y ENVIAR LA DOCUMENTACIÓN O MATERIAL CONEXOS;**
- **RECIBIR LAS RESPUESTAS Y APLICAR LOS PROCEDIMIENTOS QUE CORRESPONDAN PARA EL MANEJO DEL DINERO EN EFECTIVO;**
- **ENVIAR EL RECIBO Y UNA CARTA DE AGRADECIMIENTO AL DONANTE;**
- **ACTUALIZAR LA BASE DE DATOS;**
- **ANALIZAR LOS RESULTADOS.**

CONSTITUYA UNA BASE DE DATOS DE DONANTES con una lista de nombres y direcciones de personas que ya hayan dado ayuda a la Sociedad Nacional. Conviene que la información contenida en la base de datos de donantes incluya los siguientes datos:

- el nombre completo y el título de la persona;
- la dirección (de la casa y del trabajo, si corresponde);
- el número de teléfono (de la casa y del trabajo);
- las fechas en que se hicieron llamamientos;
- los llamamientos a los que el donante respondió;
- los llamamientos a los que el donante no respondió;
- la suma que el donante dio en respuesta a cada llamamiento;
- el método usado por el donante para efectuar la donación.

Además, la información que se menciona seguidamente puede ser útil para las Sociedades Nacionales con programas más avanzados de recaudación directa de fondos por correo:

- fecha de nacimiento;
- ocupación;
- estado civil;
- nivel de instrucción;
- otras organizaciones a las que hace donaciones;
- tipo de vivienda;
- otros intereses.

PLANIFIQUE UN PROGRAMA DE ENVÍOS POR CORREO, teniendo en cuenta:

- las necesidades de la Sociedad Nacional (para qué se necesitan fondos);
- las estrategias para alentar a los donantes a renovar sus donaciones y a aumentarlas;
- las características de la base de donantes (qué donantes deben recibir un determinado tipo de cartas de solicitud y en qué oportunidad);
- los acontecimientos especiales nacionales que se pueden aprovechar para respaldar un envío de correspondencia (por ejemplo, la semana nacional de la Cruz Roja o de la Media Luna Roja, una fiesta religiosa o un feriado nacional).

REDACTE EL LLAMAMIENTO Y ENVÍE LA DOCUMENTACIÓN O EL MATERIAL CONEXOS en la fecha prevista. Envíe variantes a segmentos o categorías apropiados de su base de datos.

RECIBA LAS RESPUESTAS Y APLIQUE LOS PROCEDIMIENTOS QUE CORRESPONDAN PARA EL MANEJO DEL DINERO EN EFECTIVO, incluido el depósito del dinero en el banco a la brevedad posible y la expedición de los recibos. (Para más detalles, véase el **Capítulo 2: Gestión financiera**.)

ENVÍE EL RECIBO Y UNA CARTA DE AGRADECIMIENTO AL DONANTE. Para las relaciones con los donantes en el futuro es vital que esto se haga de manera eficiente y sin tardanza.

ACTUALICE LA BASE DE DATOS. La información debe ser siempre lo más exacta que sea posible.

ANALICE LOS RESULTADOS de modo de poder mejorar los llamamientos en el futuro.

CAPTACIÓN DE DONANTES

Seguidamente se mencionarán algunas ideas para compilar la base de datos de donantes.

- Haga envíos por correspondencia de carácter experimental a personas que son y han sido voluntarios, miembros, donantes de sangre y asistentes a cursos de la Sociedad Nacional. Oriente esos envíos por correo mencionando la participación anterior de esas personas en las actividades de la Cruz Roja o de la Media Luna Roja. Tome nota de los grupos que responden mejor, a fin de poder ampliarlos. Los grupos que no respondan tan favorablemente pueden ser eliminados o pueden ser objeto de otro tipo de llamamientos.
- Haga una investigación para elaborar una lista de características de los donantes de la Sociedad Nacional (para más información respecto del procedimiento pertinente, véase el **Capítulo 5: Imagen, relaciones públicas y comercialización**). Tenga en cuenta la edad, el ingreso, el sexo, el estado civil, el nivel de instrucción y la propiedad de vivienda. Seguidamente, obtenga listas de las

*¡Ejemplo!
La Cruz Roja de Fiji añadió a su
lista de donantes los nombres de
las personas que hicieron
donaciones con destino a las
operaciones de socorro motivadas
por huracanes*

localidades en las que habitan las personas que probablemente se ajustan mejor a ese perfil.

- Arriende listas de nombres de personas que hacen donaciones a otras organizaciones o de personas de las que se sabe que responden a los llamamientos que reciben por correo. Aunque esas listas pueden parecer de alto costo, los resultados a menudo justifican el gasto. Cuando las personas de esas listas arrendadas responden al llamamiento, sus nombres y direcciones se deben agregar a la lista de donantes de la Sociedad Nacional.
- Intercambie listas con otra organización. Una Sociedad Nacional podría canjear una lista de 5.000 donantes (o ex donantes) a cambio de una lista similar de otra organización.
- Publique avisos del llamamiento en periódicos o revistas. Los nombres y direcciones de las personas que responden se pueden añadir a la base de datos de donantes.
- Tome nota de los nombres y direcciones de las personas que asisten a los acontecimientos especiales o que dan apoyo a las reuniones sociales, las jornadas de capacitación y las conferencias de la Sociedad Nacional.
- Pida al personal y a los voluntarios que añadan a la lista los nombres de sus amigos, familiares y contactos profesionales. Para ese fin, proporciónese formularios impresos especiales.
- Obtenga siempre el nombre y la dirección del donante que hace una primera donación en una situación de emergencia y añádalo a su base de datos de donantes.
- Dentro de lo posible, obtenga los nombres y direcciones de los donantes que responden a las colectas y añádalos a la base de datos.

ACTUALIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS DE DONANTES

A fin de efectuar llamamientos apropiados en fecha oportuna, es importante que la base de datos de donantes esté bien administrada y mantenida, para lo cual:

- Los registros se deben tener actualizados. La nueva información se debe incorporar lo antes posible después de recibida. Se deben eliminar los nombres de donantes fallecidos. Se debe hacer una búsqueda de los donantes que cambian de dirección y seguidamente se deben actualizar sus direcciones. Los nombres se deben consignar con la grafía correcta.
- Los nombres de los donantes que no vuelven a hacer donaciones después de recibir numerosos llamamientos se deben eliminar de la base principal de datos de donantes, aunque manteniéndolos en reserva para un último esfuerzo en caso de un llamamiento importante con motivo de una catástrofe o para canjearlos con otra organización.
- El registro de donantes se debe segmentar (dividir) de acuerdo con los niveles y la frecuencia de las donaciones. De esta manera, los llamamientos futuros se harán por las cuantías que correspondan y con frecuencia razonable.
- A los donantes que reúnen ciertas características se les debe atribuir un código, de modo que se puedan seleccionar sus nombres para un llamamiento dirigido a ese código. Por ejemplo, se podrían enviar llamamientos a mujeres, a donantes que respondieron a un llamamiento de emergencia o a otros grupos de atributos específicos.



UNA DE LAS PRINCIPALES VENTAJAS DE LA RECAUDACIÓN DIRECTA DE FONDOS POR CORREO ES QUE, MIENTRAS SE LLEVEN REGISTROS ADECUADOS, ES RELATIVAMENTE FÁCIL ENSAYAR DISTINTOS MÉTODOS Y ANALIZAR LOS RESULTADOS DE LOS LLAMAMIENTOS, A FIN DE DESCUBRIR QUÉ MÉTODOS SON MÁS EFICACES PARA CADA GRUPO DE PERSONAS. LOS LLAMAMIENTOS FUTUROS SE PUEDEN AJUSTAR EN FUNCIÓN DE ESA EXPERIENCIA. EL TIEMPO QUE SE DEDICA A ESTA ACTIVIDAD ES SUMAMENTE EFICAZ EN FUNCIÓN DE LOS COSTOS EN EL LARGO PLAZO.

Con un programa de computadora se puede llevar un registro o expediente de cada donante, que conste de los siguientes datos:



- los llamamientos a los que respondió (y a los que no respondió);
- la cuantía de sus donaciones;
- las fechas de sus donaciones.

También se puede almacenar información sobre el éxito de cada llamamiento, incluidos los siguientes datos:

- el número de cartas enviadas;
- el número de respuestas;
- la cuantía de las donaciones;
- la forma en que se compiló la lista (por ejemplo, por zona geográfica, por donantes que donaron más de una cierta suma en el pasado, etc.).

Aunque no utilice un programa de computadora para esta labor, la Sociedad Nacional debe reunir el mayor número de datos posible respecto de cada donante. Una Sociedad Nacional bien puede decidir que es mejor emplear a una agencia externa para ejecutar su programa de recaudación directa de fondos por correo.

GESTION DE LA BASE DE DATOS DE DONANTES

La información consignada respecto de los donantes debe indicar lo siguiente:

- LA FECHA DE LA DONACIÓN MÁS RECIENTE;
- LA FRECUENCIA DE LAS DONACIONES;
- EL NIVEL DE LAS DONACIONES;
- EL TIEMPO DURANTE EL CUAL SE HAN RECIBIDO DONACIONES DEL DONANTE.

■ LA FECHA DE LA DONACIÓN MÁS RECIENTE

¿En qué fecha hicieron los donantes su donación más reciente? ¿Se puede todavía considerar que estas personas son donantes activos (por donantes activos se entiende a quienes han efectuado una donación en los últimos 12 a 18 meses) o se ha de considerar que son donantes “que han dejado de hacer donaciones”? Es importante lograr que los donantes sean activos; trate, pues, de enviarles correspondencia con relativa frecuencia hasta que vuelvan a responder.

■ LA FRECUENCIA DE LAS DONACIONES

¿Cuántas donaciones ha hecho cada donante? Quienes aportan una o más donaciones por año se deben clasificar como donantes regulares. Esas personas pueden responder

LA INFORMACIÓN QUE DEBE TENER SOBRE LOS DONANTES:

***Fecha de la
donación mas
reciente***

***Frecuencia de las
donaciones***

***Nivel de las
donaciones***

***Período durante el
cual han hecho
donaciones***

bien a las solicitudes de donaciones de mayor cuantía o a un contacto personal respecto de una donación diferida o planificada (legados).

■ EL NIVEL DE LAS DONACIONES

¿Cuánto ha dado el donante en respuesta a llamamientos anteriores? Estudie la suma con la que cada donante se siente cómodo. Esa es la cantidad que el donante da con facilidad. En futuros llamamientos se debe pedir un importe similar (o levemente superior). Si a quienes habitualmente dan 10 dólares se les pide que aporten 100 dólares, se puede dar la impresión de que no se aprecia su donación más pequeña; en cambio, si se les pide que den entre 10 y 20 dólares, es más probable que den la misma suma o una suma ligeramente superior.

■ EL TIEMPO DURANTE EL CUAL SE HAN RECIBIDO DONACIONES DEL DONANTE

A los donantes de larga data se les puede enviar un llamamiento especial en reconocimiento del plazo durante el cual han sido donantes. Estas personas son buenos candidatos para solicitudes personales de una donación diferida o planificada (legados).

Mediante el examen y el análisis de los datos sobre los donantes, las Sociedades Nacionales podrán determinar el mejor medio de contacto con los donantes y pedir sumas apropiadas en fechas oportunas, indicando las razones más convenientes. De esta manera, los llamamientos de recaudación directa de fondos por correo serán cada vez más productivos.

DOCUMENTACIÓN Y MATERIALES CONEXOS

La documentación y los materiales de los llamamientos de recaudación directa de fondos por correo se componen de lo siguiente:

- **EL SOBRE;**
- **LA CARTA Y LOS MATERIALES DEL LLAMAMIENTO;**
- **EL SISTEMA DE RESPUESTA Y EL SOBRE PARA LA RESPUESTA.**

■ EL SOBRE

EL SOBRE DEBE TENER ATRACTIVO SUFICIENTE PARA QUE EL DESTINATARIO QUIERA ABRIRLO. Tenga en cuenta los elementos que se mencionan a continuación.



- Use fotografías, dibujos o imágenes gráficas; incluya el logotipo de la Cruz Roja o de la Media Luna Roja; use auténticos timbres postales; incluya una consigna en el sobre o una descripción de su contenido, por ejemplo, “Diez consejos para la seguridad de la familia”.
- Cerciórese de que el nombre, la dirección y el título sean correctos y estén completos. Cuanto más personalizado y exacto sea el sobre, tanto mayor la probabilidad de que el destinatario lo abra.

■ LA CARTA Y LOS MATERIALES DEL LLAMAMIENTO

En muchos países, un gran número de organizaciones sin fines de lucro usan el método de recaudación directa de fondos por correo; en consecuencia, los posibles donantes tienen muchas opciones respecto de las causas a las que pueden hacer donaciones. **LA CARTA DEL LLAMAMIENTO Y LOS MATERIALES EXPLICATIVOS DEBEN DISTINGUIRSE DE OTROS LLAMAMIENTOS, DE MODO QUE LOS DONANTES ACTIVOS Y EVENTUALES SE INTERESEN EN HACER UNA DONACIÓN.**

Una buena carta de llamamiento debe:

- comunicar con sencillez y de manera precisa su mensaje;
- exponer claramente que se trata de un llamamiento para obtener donaciones; sugerir algunas sumas apropiadas para las donaciones y dar ejemplos del uso que se podrá dar a esas sumas;
- consignar el mensaje principal al principio de la carta puesto que, a menudo, los lectores leen sólo los dos primeros párrafos, si para entonces no se ha captado su atención, no se molestarán en leer el resto;
- usar oraciones breves; las oraciones largas y complicadas dificultan la lectura;
- expresar la necesidad de modo que el lector la entienda y simpatice con ella;
- destacar los resultados positivos que producirá cada donación y explicar cómo se la utilizará;

- tratar de establecer un vínculo entre el llamamiento y una causa o acontecimiento especial (por ejemplo, el mes nacional de la Cruz Roja o de la Media Luna Roja); de este modo la carta surtirá más efecto;
- explicar claramente cómo se hace una donación;
- agradecer anticipadamente a los lectores por su apoyo;
- añadir una posdata (P.D.) al fin de la carta; ésta tiene una posición destacada, las personas que leen rápidamente una carta a menudo leen la posdata que figura al fin de la carta;
- cuando se dispone de programas de computación más avanzados, se debe tratar de nombrar al destinatario en la carta, en lugar de dirigir la carta a "Estimado lector". Dentro de lo posible, el nombre del destinatario debe figurar una vez más en el cuerpo de la carta.
- Es útil enviar otros materiales junto con la carta, por ejemplo, una fotografía del proyecto para el cual se hace el llamamiento o una ilustración de la forma en que las cuantías de las donaciones mencionadas en la carta incidirán en el éxito del proyecto.

Dos ejemplos:

- En un llamamiento se envió a los eventuales donantes una pieza plástica a través de la cual podía mirar el destinatario para hacerse una idea de cómo ve una persona que sufre de cataratas.
- Con un brazal, compuesto de una franja roja y otra verde, se mostró a los eventuales donantes cómo medir la malnutrición en los niños.

No envíe mucho material, los lectores se sentirán abrumados y acaso abandonen la lectura antes de leer las secciones importantes de la carta.

■ **EL SISTEMA DE RESPUESTA Y EL SOBRE PARA LA RESPUESTA**
LA CARTA DEBE IR ACOMPAÑADA POR UN CUPÓN DE RESPUESTA.
 Este puede ser un talón al pie de la carta o un cupón independiente. En ambos casos, debe incluir la siguiente información:

**CÓMO HACER
PARA QUE LA
RECAUDACIÓN
DIRECTA
DE FONDOS POR
CORREO DÉ
RESULTADOS:**

Planificar

Probar

Registrar

Analizar

- la dirección a la cual se deben enviar las donaciones;
- la entidad a cuyo nombre se deben girar los cheques y los detalles respecto de otras formas de pago;
- el nombre y la dirección del donante (dentro de lo posible, ya impresos);
- algún medio de identificar el llamamiento al cual responde el donante (un código o número de referencia);
- una escala de posibles donaciones y un espacio para que los donantes indiquen la suma que envían. La escala de donaciones sugerida debe incluir las oportunidades de donación mencionadas en la carta.

También es buena idea incluir, cuando la administración de correos lo permite, un sobre de respuesta con franqueo pago. De lo contrario, conviene enviar al menos un sobre con dirección. De esta manera, al donante le será más fácil hacer su donación, y ello se traducirá en un mayor porcentaje de respuestas.



A N E X O G

COLECTAS PÚBLICAS



UNA FORMA POPULAR DE SOLICITAR DONACIONES DE DINERO A LOS PARTICULARES ES ORGANIZAR UNA COLECTA PÚBLICA. LAS COLECTAS DEBEN ESTAR SIEMPRE VINCULADAS CON LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN, PUES NO PODEMOS SUPONER QUE TODOS CONOCEN LOS OBJETIVOS DEL MOVIMIENTO. DENTRO DE LO POSIBLE, SE DEBE TOMAR NOTA DE LOS NOMBRES Y DIRECCIONES DE LOS DONANTES.

Hay seis clases de colectas públicas:

- **COLECTAS EN LA VÍA PÚBLICA:** los representantes de la Sociedad Nacional se instalan en las calles o lugares donde circula el público (por ejemplo, mercados, centros comerciales y estaciones de autobuses) con cajas de colectas para que las personas puedan hacer una donación inmediata.
- **COLECTAS DOMICILIARIAS:** los representantes de la Sociedad Nacional visitan a las personas en sus domicilios y les piden que hagan una donación.
- **COLECTAS EN UN ACONTECIMIENTO PÚBLICO:** se pasan cajas de colecta en acontecimientos públicos como la exhibición de una película, un encuentro deportivo o una feria.
- **CAJAS DE COLECTA ESTÁTICAS:** en este caso se coloca una caja de colecta cerrada, en la que se indica claramente que la colecta se destina a la Sociedad Nacional, en un lugar seguro en el que las personas puedan verla (por ejemplo, en tiendas, oficinas o aeropuertos) y hacer una donación.
- **COLECTAS INDIVIDUALES:** en este caso una persona toma una caja de colecta y pide a sus colegas, amigos o socios de su club que hagan una contribución.
- **COLECTAS COLECTIVAS O COLECTAS EN EL TRABAJO:** en este caso una compañía u organismo de gobierno facilita la colecta de donaciones de los empleados.



SIEMPRE QUE SEA POSIBLE SE DEBEN USAR RECIBOS NUMERADOS POR DUPLICADO, UNO PARA EL DONANTE Y OTRO PARA LA OFICINA, A FIN DE CONTROLAR LA COLECTA Y OBTENER INFORMACIÓN SOBRE LOS DONANTES. EL RECIBO PERMITE

HECHO



POR
HACER



CONTROLAR LA COLECTA PORQUE DEJA CONSTANCIA DEL NOMBRE Y LA DIRECCIÓN DEL DONANTE Y DE LA CUANTÍA DEL DONATIVO. TAMBIÉN ES UNA FUENTE VALIOSA DE INFORMACIÓN PARA EL EXPEDIENTE PERSONAL DEL DONANTE.

Antes de organizar una colecta, hay que tomar ciertas medidas:

- En muchos países existen **LEYES ERICTAS** que rigen la forma en que se deben hacer las colectas públicas. Cada Sociedad Nacional debe enterarse de las disposiciones correspondientes y tomar las medidas necesarias para darles cumplimiento.
 - Hay que tener en claro la forma en que se controlarán y contabilizarán las donaciones. Acaso haya que presentar informes (por ejemplo, las autoridades que expiden los permisos suelen pedir que se les informe del resultado de la colecta).
- Obtenga las **AUTORIZACIONES Y PERMISOS** requeridos. A veces habrá que obtener estas autorizaciones y permisos con mucha anticipación a la fecha de la colecta. Ello puede requerir cerciorarse de que las fechas no coincidan con las colectas de otras organizaciones.
- Establezca un **PROCEDIMIENTO CONTABLE** conforme a las leyes del país y adaptado a los procedimientos financieros generales de la Sociedad Nacional.
 - Utilice cajas de colecta selladas.
 - Numere las cajas de colecta.
 - Se deben expedir recibos por cada caja de colecta.
 - El dinero se debe depositar sin demora en el banco.
 - Se debe dejar constancia del nombre y la dirección de la persona a la que se entrega cada caja, el lugar donde se efectuó la colecta, la oportunidad en que se devolvió la caja de colecta, el contenido de la caja de colecta y el número del recibo expedido.
 - Se debe determinar claramente cómo se hará el recuento del dinero. ¿Quién debe contar el dinero?



¿Se debe contar el dinero en presencia de dos personas? ¿Dónde se debe contar el dinero?

- Prepare un informe definitivo para los medios de difusión, las autoridades y los donantes para rendir cuenta cabal de todos los fondos.

■ Cerciórese de que quienes recauden donaciones sean **PERSONAS HONESTAS Y RESPONSABLES.**

- Estos deben ser personas conocidas por la Sociedad Nacional.
- Quienes recauden donaciones deben ser personas mayores de cierta edad (en algunos países la ley así lo exige). Si se trata de una colecta en que se recurre a escolares, los niños deben tener la autorización de sus padres y quizás la aprobación del maestro, además de la supervisión apropiada.
- Los recaudadores de donaciones deben portar insignias o llevar consigo certificados de identidad que cumplan los requisitos de ley y salvaguarden la reputación de la Sociedad Nacional.
- Se debe tomar nota del domicilio de cada persona a la cual se le entrega una caja de colecta.

■ Siempre que sea posible, obtenga y registre los **NOMBRES Y DIRECCIONES DE LOS DONANTES** o de las personas que quieran recibir más información. Este detalle es particularmente importante en el caso de donantes que hacen donaciones de mayor cuantía.

- Añada los nombres y direcciones a su base de datos de donantes.
- Siempre que sea posible, a cada donante se le expedirá un recibo en el cual constarán su nombre y dirección y la cuantía del donativo; la copia del recibo quedará para registro de la Sociedad Nacional.
- Se debe instar a los donantes a que utilicen cheques o giros a la orden de la Sociedad Nacional, especialmente cuando se trata de cuantías elevadas. Se trata no sólo de una medida de seguridad, sino también de una forma de dejar constancia del nombre y la dirección del donante.

(Para más información respecto de las colectas en acontecimientos especiales, véase el **Capítulo 7: Acontecimientos especiales**.)

COLECTAS EN LA VÍA PÚBLICA

Cuando la zona en la que se hará la colecta es muy extensa, por ejemplo una ciudad, se deben nombrar organizadores que se ocupen de cada distrito. Cada organizador tendrá que hacer lo siguiente:

- elegir los lugares en que se instalarán las personas que recauden donaciones.
- Determinar las horas en que se hará la colecta y preparar un formulario en el que se consignarán los nombres de los recaudadores de donaciones a medida que se inscriban. Ese formulario puede ser como el modelo que se presenta a continuación:

LUGAR	9 A 11H	11 A 13H	13 A 15H	15 A 17H
A				
B				
C				
D				
E				

- Ocúpese de captar voluntarios que estén dispuestos a efectuar colectas durante un tiempo determinado; por lo común, se considera razonable efectuar colectas durante dos horas, pero a veces los voluntarios están dispuestos a trabajar más tiempo. Es importante obrar con flexibilidad y tratar de ajustarse a las necesidades de cada voluntario.
- Prepare las cajas de colecta, las insignias de identidad, las etiquetas, distintivos o insignias para los donantes y todo lo que necesite el recaudador de donaciones. También es buena idea proporcionar a éstos hojas de información para distribuir a los interesados.



- Establezca un punto de distribución local donde se entreguen y recojan los materiales para los recaudadores de donaciones. En este lugar de distribución debe haber siempre una persona de guardia para ayudar a los recaudadores, verificar la entrada y salida de cajas de colecta, resolver dificultades y agradecer a los voluntarios al fin de su turno. También se pueden servir refrescos a los recaudadores.
- Proporcione a los recaudadores de donaciones algo que los haga "visibles" y ponga de manifiesto que están autorizados por la Sociedad Nacional. Puede simplemente tratarse de una banda o un chaleco que lleve el nombre de la Sociedad Nacional y el símbolo de la Cruz Roja o de la Media Luna Roja. También puede ser un cartel o bandera que identifique a la Sociedad Nacional.
- Establezca el procedimiento para contar el dinero y depositarlo en el banco. Este procedimiento se debe regir por las leyes del país y las normas establecidas por la Sociedad Nacional.
- Cerciórese de que todos los voluntarios estén enterados de los planes del día y de lo que se espera de ellos.
- Siempre que sea posible, y especialmente cuando se trata de donaciones de mayor cuantía, se deben solicitar el nombre y la dirección del donante, al que se le debe ofrecer un recibo.
- Luego de la colecta, cerciórese de agradecer la contribución de todos los voluntarios y hágales saber la suma que se ha reunido.
- Prepare las declaraciones e informes exigidos por las autoridades del país.
- Póngase en contacto con los medios de difusión locales y solicíteles que publiquen un mensaje de agradecimiento. Explique qué se hará con el dinero.

COLECTAS DOMICILIARIAS

- Determine los materiales que se utilizarán para las colectas domiciliarias, que pueden ser de dos tipos:
 - cajas de colecta, que los voluntarios llevan de casa en casa para pedir que la gente ponga allí sus donaciones;
 - sobres, con un mensaje impreso en el que se pide a las personas que coloquen sus donativos en el interior del sobre y lo devuelvan al recaudador de donaciones cuando éste vuelva a visitarles.

El segundo método tiene la ventaja de que no se deja de establecer contacto con los residentes por el hecho de que no estén en su domicilio cuando el recaudador de donaciones hace su primera visita. Esto requiere que los voluntarios visiten algunos domicilios dos o más veces. Por lo común se obtiene así más dinero que cuando se usan cajas de colecta y se pueden lograr la asociación de nuevos miembros a la Sociedad Nacional.

- Haga un diagrama de las viviendas que se visitarán. Capte voluntarios para visitar un número determinado de viviendas.
- Organice una campaña de publicidad para dar a conocer la colecta. Si se trata de una actividad nacional, entre los medios de difusión se podría incluir a los periódicos, la radio y la televisión.
- Determine quién contará el dinero y lo depositará en el banco. Este procedimiento se debe regir por las leyes del país y las normas establecidas por la Sociedad Nacional.
- Cerciórese de que todos los voluntarios tengan los materiales que necesitan, junto con las instrucciones respecto de su tarea, el distintivo que los identifique y alguna información sobre la Sociedad Nacional.
- Cerciórese de que los recaudadores tomen nota de los nombres y direcciones de los donantes y de la cuantía donada. Se deben expedir recibos para controlar la colecta y dejar constancia del nombre, la dirección y la suma recibida.

- Después de la colecta, prepare las declaraciones e informes exigidos por las autoridades del país.
- Agradezca a todos los voluntarios participantes y comuníqueles la suma de dinero que se ha reunido.
- Póngase en contacto con los medios de difusión y solicíteles que publiquen un mensaje de agradecimiento. Explique el destino que se dará al dinero.

COLECTAS EN UN ACONTECIMIENTO ESPECIAL PÚBLICO

A veces se pide a las Sociedades Nacionales que hagan una colecta en un acontecimiento especial, por ejemplo, una gala para ayudar a las organizaciones sin fines de lucro. Otras veces, las Sociedades Nacionales pueden ponerse en contacto con los organizadores de un acontecimiento especial a fin de obtener su apoyo. Este método podría ser especialmente apropiado si se ha producido un desastre para el cual se necesitan fondos con urgencia.

Las formas de organización variarán según el acontecimiento especial de que se trate; con todo, los principios básicos serán siempre los mismos.

- Obtenga los permisos necesarios.
- Determine la forma en que se hará la colecta. (¿Se instalarán los recaudadores de donaciones a la entrada o se pasarán cajas de colecta?).
- Determine el número de recaudadores que se necesitarán.
- Determine la forma en que se contará el dinero y se lo depositará en el banco.
- Obtenga el concurso de los recaudadores. (Para ideas al respecto, véase el **Capítulo 13: Voluntarios.**)
- Utilice algún elemento que sirva para que los recaudadores puedan ser reconocidos por el público (por ejemplo, remeras especiales, carteles o bandas).

- Cerciórese de que todos los recaudadores tengan los materiales que necesitan y de que comprendan los procedimientos.
- Incluya materiales para que los donantes puedan solicitar información adicional e indicar sus nombres y direcciones.
- Obtenga el patrocinio de las autoridades que correspondan o de las celebridades que asistan al acontecimiento especial.
- Luego del acontecimiento especial, agradezca a los voluntarios y comuníqueles la suma de dinero que se ha reunido.
- Agradezca a todos los voluntarios participantes y comuníqueles la suma de dinero que se ha reunido.
- Publique un mensaje de agradecimiento a los donantes en los medios de difusión locales. Explique qué se hará con el dinero.

CAJAS DE COLECTA FIJAS

Estas cajas de colecta pueden estar ubicadas en lugares públicos (tiendas, oficinas, hoteles, clínicas o bancos) o en hogares. En ambos casos se aplican los siguientes procedimientos.

- Consiga organizadores que se ocupen de una zona geográfica determinada. Cerciórese de que tengan todos los materiales necesarios, incluidas cajas de colecta numeradas, etiquetadas y selladas, y alguna forma de probar su identidad.
- Los organizadores deben obtener autorización para colocar cajas de colecta selladas en el mayor número posible de lugares.
- Las cajas colocadas en lugares públicos deben estar aseguradas de alguna manera.
- Junto a la caja de colecta se pueden dejar folletos o boletines para dar más información a los donantes y solicitarles que consignen sus nombres y direcciones. Para tener ordenados estos impresos, habrá que utilizar un soporte apropiado.



- Los organizadores deben vaciar las cajas periódicamente. El dinero se debe contar en el lugar donde la caja esté fijada en presencia de una persona responsable, a la cual se le debe agradecer su colaboración y expedir un recibo.
- Los organizadores deben seguir los procedimientos para depositar el dinero en el banco y rendir cuentas a la Sociedad Nacional.
- Cerciórese de que se manifieste agradecimiento a los organizadores periódicamente. Téngales informados del progreso de la colecta.
- Cerciórese de que periódicamente se reconozca la labor de las personas responsables por los lugares donde estén fijadas las cajas de colecta. Bien puede ser útil publicar un artículo en los medios de difusión locales u organizar un acontecimiento especial en el lugar.

COLECTAS INDIVIDUALES

Uno o más voluntarios pueden realizar colectas individuales. Como en este método de colecta no hay supervisión, es especialmente importante obtener los servicios de voluntarios dignos de confianza.

- Elabore un plan de acción general para este tipo de campaña y distribuya una copia del plan a cada recaudador.
- Proporcione a los perceptores los materiales necesarios respecto de la Sociedad Nacional y los sobres o cajas de colecta.
- Exija que se expidan recibos por duplicado para controlar la colecta y obtener así los nombres y direcciones de los donantes. Inste a los donantes a hacer contribuciones por cheque.
- Exhorte a los recaudadores a realizar su tarea en reuniones de grupos y en reuniones algo más grandes. Este método puede dar lugar a que el club o la empresa donde se solicitan donaciones efectúen contribuciones permanentes.

A N E X O H

DONACIONES DIFERIDAS O PLANIFICADAS

LAS DONACIONES DIFERIDAS O PLANIFICADAS SON AQUELLAS QUE SE PROMETE HACER EN EL FUTURO. LA FORMA MÁS COMÚN DE ESTE TIPO DE DONACIÓN ES EL LEGADO TESTAMENTARIO, QUE SE RECIBIRÁ DESPUÉS DE FALLECIDO EL DONANTE. LA DONACIÓN DIFERIDA COMPRENDE TAMBIÉN LAS DONACIONES QUE EL DONANTE PROMETE HACER AL CUMPLIRSE EL PLAZO DE UNA PÓLIZA DE SEGURO SOBRE LA VIDA O LIQUIDAR OTRO BIEN FUTURO. INCLUYE EL USO DE FONDOS DE INVERSIÓN COMO LOS FONDOS DE DOTACIÓN, EN LOS CUALES LA DONACIÓN SE INCORPORA AL CAPITAL DE UN FONDO QUE PAGA LOS INTERESES DEVENGADOS A LA SOCIEDAD NACIONAL, POR LO COMÚN UNA VEZ AL AÑO.

Cuando se trata de Sociedades Nacionales de amplia experiencia en las donaciones de particulares, es importante que la donación diferida forme parte de la estrategia de obtención de fondos. Además de proporcionar financiación en el futuro y, por lo tanto, seguridad para los programas a largo plazo, se logra que los donantes establezcan una relación a largo plazo con la Sociedad Nacional. Además, los fondos de dotación y los fondos relacionados con las pólizas de seguro sobre la vida suelen estar protegidos de la inflación.



Un programa de donaciones diferidas no produce rendimientos inmediatos. Casi siempre pasan varios años antes de que generen beneficios. Con todo, es conveniente establecer estos programas, por su valor monetario eventual y por la estabilidad que confieren a los programas de la Sociedad Nacional. Muchas organizaciones sin fines de lucro que administran programas de donaciones diferidas por varios años comprueban que éstos se convierten en fuente de un porcentaje creciente de sus recursos.

Las leyes que rigen las donaciones diferidas varían según el país. Esta puede ser una esfera en la cual convenga contar con el concurso de un voluntario especializado, como un abogado o un contador.

En esta sección se describen:

- **LOS TIPOS DE DONACIONES DIFERIDAS;**
- **LA PROMOCIÓN DE LAS DONACIONES DIFERIDAS.**

TIPOS DE DONACIONES DIFERIDAS

■ LEGADOS

Los legados son promesas que se hacen en instrumentos testamentarios por los cuales el testador determina qué destino se dará a sus bienes después de su muerte. Los legados pueden consistir en dinero o propiedades o cualquier otro bien que el donante estime que podrá tener valor para la Sociedad Nacional.

El donante puede limitarse a indicar la suma que podrá utilizar la Sociedad Nacional de la manera que desee o puede también indicar que esa suma se deposite en un fondo de inversión, de modo que la Sociedad Nacional perciba anualmente los intereses devengados. Cada vez con más frecuencia, las organizaciones sin fines de lucro piden a los donantes que distribuyan su donación entre estas dos formas, a fin de financiar el programa en curso y de impartir estabilidad a los programas en el futuro.

■ FONDOS DE DOTACIÓN O INVERSIÓN

El donante (o un grupo de donantes) o la propia Sociedad Nacional puede establecer un fondo de dotación (u otro tipo de fondo de inversión). El objeto de ese fondo es constituir un capital que devengue intereses. Los intereses se pueden usar para financiar programas o gastos básicos.

Los fondos privados o los fideicomisos establecidos por el donante pueden llevar su nombre o el nombre de otra persona. Por ejemplo, la donación puede hacerse en memoria de una persona cercana al donante. El donante puede determinar que más de una organización sin fines de lucro se beneficie del fondo o determinar con exactitud el tipo de actividad para la que se utilizarán los ingresos. Lo mejor, siempre que sea posible, es colaborar con los donantes para determinar el uso futuro de los fondos y asegurarse de que la redacción de las disposiciones testamentarias no sea demasiado restrictiva ni pierda vigencia con el correr del tiempo.

Las Sociedades Nacionales pueden establecer sus propios fondos de dotación e invitar a los donantes a hacer donaciones con destino al capital del fondo. La Sociedad Nacional, por su parte, se compromete a no tocar el capital y a utilizar solamente los intereses anuales.

■ SEGUROS

Según las leyes del país, acaso sea posible que las personas aseguren sus vidas mediante el pago periódico de una prima a una compañía de seguros. La compañía de seguros invierte el dinero en nombre de los asegurados

y se compromete a pagar el premio, más los aumentos de capital, cuando el asegurado fallece o cuando éste llega a cierta edad.

Los donantes pueden prometer a la Sociedad Nacional la donación de la suma que reciban en calidad de premio de la compañía de seguros sobre la vida, en su totalidad o en parte. De esta promesa se puede dejar constancia en la póliza de seguro misma.

También es posible a veces que un grupo de personas tome un seguro sobre la vida de sólo uno de los integrantes del grupo (por lo común el más joven). De ese modo, se puede interesar a un grupo de personas (por ejemplo, que trabajan juntas o disfrutan del mismo tipo de esparcimiento) para que inviertan semanalmente una suma de dinero cuyo beneficiario eventual será la Sociedad Nacional. Esos planes de seguro permiten, mediante el ahorro periódico de pequeñas sumas, en un lapso de 20 ó 30 años, acumular un gran capital para la fecha en que la compañía de seguros paga el importe total, capital que constituirá una donación de gran cuantía para un fondo de dotación.

PROMOCIÓN DE LAS DONACIONES DIFERIDAS O PLANIFICADAS

La decisión final respecto de la forma en que cada Sociedad Nacional promoverá las donaciones diferidas ha de depender de las leyes y costumbres del país. Seguidamente se mencionan algunas posibilidades.

- Constituya un equipo de voluntarios que estén dispuestos a especializarse en la materia. Pídales que hablen con personas y organizaciones acerca de la Sociedad Nacional y, en particular, de las ventajas de las donaciones diferidas tanto para la Sociedad Nacional como para el donante. (Para ideas sobre la captación de voluntarios, véase el **Capítulo 13: Voluntarios.**)
- Asocie en esta tarea a profesionales a los cuales normalmente se solicita asesoramiento respecto de legados o fondos de inversión, entre los cuales se cuentan abogados, contadores, banqueros, asesores financieros y dirigentes religiosos.
- Prepare folletos y carteles para informar al público de la existencia de esas opciones y de la forma de obtener más información. Los folletos se pueden

colocar en lugares como los bufetes de abogados donde los puedan ver los interesados en otorgar testamento o invertir su dinero.

- Patrocine un seminario en el cual los especialistas en inversiones expliquen las ventajas de las donaciones diferidas a posibles donantes interesados.
- Identifique a eventuales interesados como personas de edad, las personas que por sus considerables donaciones anteriores han demostrado que tienen medios razonablemente holgados o las personas que han respondido a un llamamiento por correo respecto de las donaciones diferidas. Póngase en contacto con esas personas en forma individual por carta, por teléfono o personalmente.
- Haga algunas llamadas telefónicas. Agradezca a los donantes por el apoyo que ha recibido y pregúnteles si quieren examinar el tema de las donaciones diferidas. La llamada telefónica habitualmente va seguida por una visita personal para discutir más detalles. (Para más información respecto de la obtención de fondos por teléfono, véase la sección titulada "**Contactos telefónicos**" en el Capítulo 6.)
- Difunda información sobre las ventajas que esta forma de donación puede tener para el donante (por ejemplo, los incentivos tributarios). Aunque varían según el país, esos incentivos pueden ayudar a persuadir a algunas personas para que efectúen donaciones diferidas.
- Cuando los donantes han hecho legados o han tomado una póliza de seguro, cerciórese de que estén identificados con la obra de la Sociedad Nacional, ya sea mediante visitas personales de uno de los integrantes del equipo de voluntarios o mediante cartas o llamadas telefónicas. Asegúrese de que los donantes continúen firmemente interesados en la Sociedad Nacional. Hágales saber que son genuinamente apreciados. Algunos de ellos podrán convertirse en donantes regulares si no lo son todavía.

- Para preservar el buen nombre y honor de la Sociedad Nacional evite ejercer presión sobre los donantes para que se comprometan a hacer una donación diferida.
- Cerciórese de que se mantenga en secreto el nombre de los donantes que han efectuado donaciones diferidas, salvo que reciba de ellos una autorización específica en contrario.
- Debido a las consecuencias jurídicas que conllevan muchos tipos de donaciones diferidas, es aconsejable que la Sociedad Nacional recurra al asesoramiento de un abogado respecto de los procedimientos necesarios para que sus actos sean conformes a la ley.



Para información conexas, véase el **Capítulo 12: Campañas de capitalización**.

A N E X O I

DONACIONES EN ESPECIE

Aunque no pueden reemplazar a las donaciones en dinero, las donaciones en especie pueden constituir una adición valiosa a los recursos de una Sociedad Nacional.

Existen tres tipos de donaciones en especie.

- Donaciones destinadas al uso sobre el terreno, por lo común (aunque no siempre) en caso de un desastre o situación de emergencia, por ejemplo:
 - mantas;
 - prendas de vestir;
 - alimentos no perecederos;
 - herramientas.
- Donaciones que la Sociedad Nacional puede convertir en dinero, ya sea mediante la venta de los artículos o usándolos para prestar un servicio, por ejemplo:
 - el contenido de una casa;
 - las donaciones de derechos de autor;
 - las entradas para un acontecimiento nacional;
 - los puntos acumulados por viajeros frecuentes en compañías aéreas;
 - el uso de ciertos bienes para un acontecimiento especial de la Sociedad Nacional;
 - los artículos para una función organizada por la Sociedad Nacional.

Estos artículos pueden ser objetos para una subasta, plantas para una venta de plantas, libros para una venta de libros, cuadros para una exhibición de arte o prendas de vestir para un desfile de modas.

- Donaciones para ayudar a las operaciones de la Sociedad Nacional, por ejemplo:
 - equipo de oficina;
 - mobiliario de oficina;
 - artículos decorativos para oficinas;
 - vehículos.



ANTES DE ACEPTAR (O SOLICITAR) DONACIONES EN ESPECIE, HAY QUE TENER EN CUENTA VARIOS ASPECTOS:

- ¿Cómo se ha de trasladar el artículo donado desde el lugar en que se encuentra hasta donde se lo necesita? En caso de que esta responsabilidad incumba a la Sociedad Nacional, ¿cuánto costará este traslado?
- ¿Qué destino se dará a la donación? Si se trata de una donación para usarla sobre el terreno, ¿será apta para ese fin? Si es para la venta, ¿habrá un mercado y una oportunidad para vender el objeto donado?
- Si la donación es para la venta, cerciőrese de notificar al donante y de evitar malentendidos.
- ¿Cómo se ha de almacenar el artículo donado hasta que se lo pueda usar o vender y cuánto costará tenerlo almacenado?

SI LA DONACIÓN NO ES APROPIADA, CARECE DE VALOR O ESTÁ DAÑADA, O SI LOS GASTOS DE ALMACENAMIENTO O TRANSPORTE SON SUPERIORES AL VALOR DEL BIEN, ES NECESARIO DECLINAR EL OFRECIMIENTO Y EXPLICAR LAS RAZONES.

Asegőrese de que cuenta con la organización necesaria no sólo para recoger, sino también para determinar aquéllo que no se necesita y que no se puede usar, y para procesar y almacenar los artículos seleccionados. Como dijo un empleado hace unos años: "Primero, ocurre el desastre; después, viene el desastre de los artículos de socorro".

■ **SOLICITACIÓN DE DONATIVOS EN ESPECIE A LAS EMPRESAS Y GOBIERNOS**

Las empresas y los gobiernos harán muchas donaciones en especie. (Para más información sobre la forma de ponerse en contacto con las empresas y los gobiernos a fin de obtener donaciones en especie, subsidios y otras formas de apoyo, véanse los **Capítulos 8 y 11.**)

■ **SOLICITACIÓN DE DONACIONES EN ESPECIE A PARTICULARES**

Los llamamientos para obtener donaciones en especie de los particulares se pueden hacer por los siguientes medios:

- campañas de carteles;
- campañas de folletos (distribuidos a los hogares, depositados en lugares públicos o

- colocados en los parabrisas de los automóviles);
- peticiones personales;
- llamamientos por radio;
- avisos en la prensa local (muchos periódicos publicarán gratuitamente esos avisos si la redacción puede preparar una nota interesante al respecto);
- solicitudes cursadas a grupos comunitarios, escuelas y grupos de mujeres.

Como ocurre con todos los tipos de donaciones, la Sociedad Nacional debe velar por que todas las donaciones en especie se reciban de manera apropiada. Se debe asegurar al donante que su donación es apreciada y que se utilizará de manera eficaz.

(Para más información sobre las donaciones en especie, véanse el **Capítulo 7: Acontecimientos especiales**, y el **Capítulo 9: Generación de ingresos**, especialmente el **Anexo R** sobre oportunidades de ventas.)





A N E X O J

EJEMPLOS DE INICIATIVAS

- **CRUZ ROJA DE NUEVA ZELANDA, CANTERBURY, REGIÓN DE LA COSTA OESTE**
"Redondee la suma": Obtención de fondos donados por compradores en un supermercado

- **CRUZ ROJA PARAGUAYA**
Día de la Bandera: Una colecta pública anual

-

-

-

-

-

-

-

-

EJEMPLOS DE INICIATIVAS: DONACIONES DE PARTICULARES

“REDONDEE LA SUMA” PARA LA CRUZ ROJA

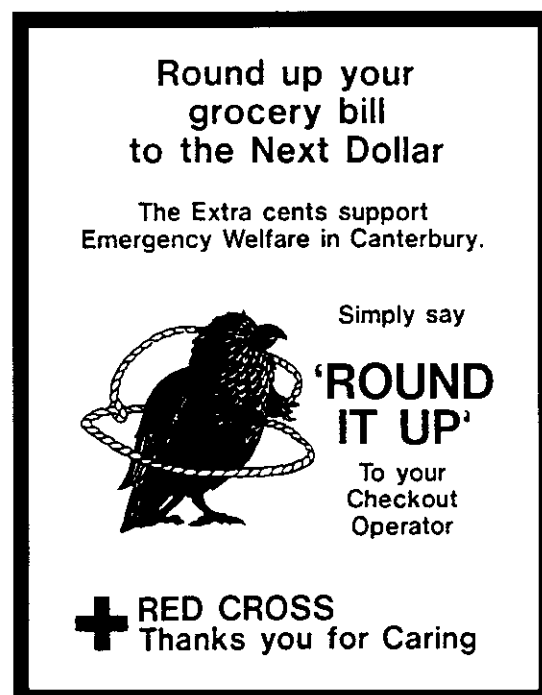
El plan denominado “Redondee la suma” es una iniciativa de obtención de fondos introducida por la Región de Canterbury/Costa Occidental de la Cruz Roja de Nueva Zelanda. En agosto de 1992 cayeron en Canterbury dos grandes nevadas que, para la gran comunidad rural, constituyeron un desastre, porque se produjeron en el momento de mayor actividad de la temporada de parición de corderos y en la época en que el crecimiento de los cultivos en primavera era más vulnerable. Aunque la ciudad estuvo paralizada durante 48 horas, en general la población se tomó esos días como si fueran días feriados y muy pocas personas tuvieron dificultades.

La Cruz Roja pudo distribuir más de 1.000 paquetes de alimentos a las familias agrícolas en las zonas más afectadas. Esta distribución fue muy alentadora para este sector de la población, pues demostró que alguien velaba por su suerte en su hora de necesidad. Debido a la intensidad y al carácter excepcional de las nevadas, básicamente no se contaba con fondos presupuestarios para la acción de socorro; en consecuencia, para estar mejor preparada para la próxima vez, la Cruz Roja en Canterbury emprendió el programa titulado “Redondee la suma” en colaboración con un gran supermercado, “Pak 'N Save” de Christchurch.

El plan es maravilloso justamente por su sencillez. Se invita a los clientes de Pak 'N Save, cuando llegan a la caja, a redondear su cuenta para completar el dólar y el cambio se deposita en el Fondo de Emergencia de la Cruz Roja para Bienestar Social.

El dinero se acumula semana tras semana y Pak 'N Save lo retiene hasta que la Sociedad Nacional tiene una emergencia para la cual se necesitan alimentos. Las sumas recaudadas se usan entonces para adquirir alimentos en Pak 'N Save. La suma aportada semanalmente varía mucho, pero promedia 50 dólares por semana. Unos cuantos céntimos no significan mucho para el cliente y la contribución no le impone un gran sacrificio; en cambio, la acumulación de algunos céntimos forma un fondo importante para la obra de bienestar social en casos de emergencia.

Tarjeta que exhibe el personal de caja
Redondee su compra hasta hacer un dólar
Estos céntimos servirán para respaldar al
Socorro de Emergencia en Canterbury.
Dígale a la cajera que “redondee” la cuenta.
La Cruz Roja le agradece su generosidad.



Ejemplo de iniciativa: Donaciones de particulares

COLECTA PÚBLICA: DÍA DE LA BANDERA – CRUZ ROJA PARAGUAYA

La campaña anual de recaudación denominada “Día de la Bandera” es una de las formas que utiliza la Cruz Roja Paraguaya para recaudar fondos para sus programas.

OBJETIVOS GENERALES:

Proporcionar a la Sociedad Nacional los medios financieros necesarios para ejecutar sus programas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Recaudar fondos mediante contribuciones voluntarias del público.

Etapas en la organización del día de la bandera:

1. COMITÉ ORGANIZADOR

El comité se compone del coordinador del acontecimiento especial, el director de Relaciones Públicas, la esposa del presidente de la Cruz Roja Paraguaya y las damas voluntarias. El presidente de la Cruz Roja Paraguaya es copresidente de la campaña. La esposa del presidente preside el Día de la Bandera en Asunción y dirige el quiosco principal.

2. DETERMINACIÓN DEL NÚMERO DE QUIOSCOS DE OBTENCIÓN DE FONDOS Y SELECCIÓN DE EMPLAZAMIENTOS APROPIADOS:

En 1991 se establecieron en Asunción y en sus alrededores 68 quioscos de obtención de fondos, a razón de un quiosco por cada 14.706 habitantes.

3. GESTIONES RELATIVAS AL EMPLAZAMIENTO DE LOS QUIOSCOS DE OBTENCIÓN DE FONDOS Y DE LOS EMPLEADOS:

Tan pronto como la Sociedad Nacional ha escogido el lugar donde se emplazarán los quioscos de obtención de fondos, se envían tarjetas a diversos organismos del Estado, clubes, bancos, diplomáticos, etc., en las que se pide a las esposas de los funcionarios públicos y privados importantes y a otras personas que dirijan la actividad de los quioscos de obtención de fondos.

También se cursan cartas a los directores de las escuelas secundarias, de modo que haya un grupo de estudiantes de cada escuela en cada quiosco; a cada escuela secundaria se le asignan tres o cuatro quioscos, y los jóvenes se presentan en los quioscos, recogen las cajas de colecta de los quioscos y recorren los alrededores. Aproximadamente a mediodía, devuelven las cajas de colecta al mismo quiosco. Algunos días antes del Día de la Bandera, si la escuela secundaria autoriza la participación de los estudiantes, la Sociedad Nacional envía una carta circular explicativa al director de la escuela con toda la información necesaria para los padres de los jóvenes. Los jóvenes deben tener por lo menos 13 años de edad.

4. REUNIÓN DE INFORMACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS:

Una vez que la Sociedad ha recibido todas las respuestas positivas, se convoca a una reunión a todas las trabajadoras (las encargadas de los quioscos) para darles una información muy detallada respecto de la forma en que se administrará la colecta. Se distribuyen instrucciones por escrito.

Se distribuye también una hoja de información en la que se indica dónde estará ubicado el quiosco del cual se encargarán, los estudiantes que las ayudarán y el número de cajas de colecta que se les asignarán. Se distribuirán banderas de la Cruz Roja para decorar el quiosco y tarjetas impresas en las que consignarán su nombre y la ubicación del quiosco que tengan asignado. Las trabajadoras distribuirán esas tarjetas a sus amigos y a las empresas para que acudan al quiosco y hagan sus donaciones.

5. REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DEL PRESUPUESTO:

Es importante fijar el objetivo que se logrará con la campaña. Ese objetivo debe tener en cuenta las insuficiencias de los servicios comunitarios que se necesiten, incluida una estimación de costos, y/o el fortalecimiento de los servicios existentes. En 1991 se recaudaron en Asunción aproximadamente 101.000 dólares de los EE.UU., de los cuales del 5 al 6% correspondió a gastos de organización. Evidentemente, estos gastos son más elevados la primera vez que se organiza la campaña. Como la Cruz Roja está bien establecida y tiene una larga tradición, los gastos de publicidad son prácticamente nulos.

6. CAMPAÑA PREVIA PARA SENSIBILIZAR AL PÚBLICO:

Una vez que se han determinado los objetivos filosóficos y financieros de la campaña, es importante lanzar la campaña para crear interés en la población y en los posibles colaboradores (empresas, autoridades escolares y organismos nacionales y extranjeros). Es necesario que se publiquen artículos en la prensa sobre las actividades que se realizarán, incluidas entrevistas con los directores y los voluntarios.

7. DETERMINACIÓN DE LA FECHA MÁS APROPIADA:

Obviamente, la fecha más apropiada para la campaña es la fecha en la cual la colecta será más productiva. Por ejemplo, es impensable realizar la campaña durante las vacaciones escolares, en fechas que coincidan con fines de semana largos, etc. Asimismo, la campaña no debe coincidir con otras campañas de obtención de fondos de otras organizaciones. La atención del público debe estar concentrada en la campaña. En Asunción la campaña se hace la primera semana de mayo. Como la jornada de trabajo en el Paraguay está dividida, la campaña se lleva a cabo de las 7.30 a las 12.30 horas.

8. SOLICITUD DE LOS MATERIALES QUE SE UTILIZARÁN:

Luego que el Tesorero y el Comité de Finanzas han dado su aprobación y que se han recibido las respuestas a las cartas de invitación, se deben encargar los materiales que se necesitarán en cada quiosco, con antelación suficiente para que lleguen a tiempo y se puedan distribuir.

9. CAMPAÑA DE PUBLICIDAD:

La campaña se publicita durante los 15 a 18 días anteriores a la colecta mediante anuncios en la televisión, la radio y la prensa. En 1991 la Cruz Roja Paraguaya utilizó 3.131 centímetros de columnas en la prensa escrita y 7.104 segundos en dos canales de televisión. El mensaje grabado se envió también a las redes de radiodifusión. El uso de los medios de comunicación social dio publicidad a la Sociedad Nacional. En los cruces de calles y en toda la ciudad se colocaron carteles con el mensaje de la Cruz Roja y con el lema de la campaña, que en 1991 fue de "Servicio en acción". Estos carteles son donados por un fabricante de gaseosas cuyo logotipo figura al pie del cartel.

Se distribuyen folletos explicativos de la labor de la Cruz Roja Paraguaya, con el mensaje "Su ayuda lo hizo posible" al principio del folleto. A todos los medios de difusión se les envía información completa sobre las actividades planificadas y la ubicación de todos los quioscos de obtención de fondos. En general, el quiosco atendido por artistas de teatro, cantantes, pintores, etc. sirve para proyectar la imagen de la Sociedad Nacional, pues no produce una gran recaudación.

10. COMUNICACIÓN DE LOS RESULTADOS A LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN:

Tan pronto se efectúa el recuento de la suma recaudada se debe informar a la prensa. En general, el resultado se conoce alrededor de las 21.00 horas del mismo día. El Banco Central del Paraguay ayuda a efectuar el cálculo. Una vez terminada la colecta, las encargadas de los quioscos llevan el dinero al Banco, donde los cajeros ofrecen sus servicios para contar el dinero.

11. RECUPERACIÓN DE LOS MATERIALES E INVENTARIO:

Se debe proceder a recuperar los materiales y a levantar su inventario. Este inventario servirá de guía para la próxima colecta.

12. ENVÍO DE CARTAS DE AGRADECIMIENTO:

Se enviarán cartas de agradecimiento a todas las damas participantes, junto con un informe sobre los resultados finales y los resultados obtenidos en el quiosco que tuvieron a su cargo. A partir de 1992, la Sociedad Nacional solicitará sus opiniones y sugerencias. También se envían cartas de agradecimiento a los medios de difusión y a las escuelas secundarias y se les hacen saber los resultados de la campaña.

13. REUNIÓN DE EVALUACIÓN Y REESTRUCTURACIÓN:

Este quizás sea el aspecto más importante para las actividades en el futuro: saber con detalle qué anduvo y qué no anduvo bien, sacar conclusiones, corregir errores, fortalecer los puntos débiles y crear una base para las actividades futuras sustentada en experiencias concretas.

¿Por qué ha tenido éxito esta actividad? La Cruz Roja Paraguaya da las siguientes razones:

- Credibilidad de la Sociedad Nacional;
- Buena planificación y organización, incluida una campaña de publicidad detallada;
- Este acontecimiento especial se ha convertido en una tradición nacional para esa fecha en el país.