

**PRODUCTO INTELECTUAL 3**

**Material de herramientas de formación y directrices para los operadores de pequeñas ONG**

**IO3.1: Sugerencias de herramientas**

**Unidad 3:** Implementación de una acción de recaudación de fondos hacia los donantes

Desarrollado por Olemisen Balanssia

INTRODUCCIÓN

El objetivo de IO3 es:

* Hacer que los materiales de formación para los alumnos sean lo más interactivos y útiles posible.
* Desarrollar herramientas y plantillas adecuadas, listas para usar y fácilmente adaptables a las necesidades de una pequeña ONG.
* Proporcionar una guía paso a paso a través de los diferentes aspectos de la recaudación de fondos, animando siempre al alumno a pensar en su propia organización en paralelo a cada paso del recorrido descrito en los materiales.

El kit de herramientas para la unidad 3 incluye:

* Una lista de herramientas para la recaudación de fondos digital con los pros y los contras de cada una de ellas, para que los operadores de las pequeñas ONG tengan una buena visión de conjunto y puedan decidir fácilmente qué herramientas se adaptan a las necesidades de sus organizaciones.
* Ejemplos de textos para una buena comunicación con los donantes (por ejemplo, correos electrónicos de agradecimiento, publicaciones en las redes sociales, etc.).
* Plantilla de un plan de recaudación de fondos con los principales elementos de una campaña de recaudación de fondos.

HERRAMIENTAS PARA LA RECAUDACIÓN DIGITAL DE FONDOS

1. **CiviCRM**

Una plataforma de código abierto para la gestión de las relaciones con los clientes (CRM), gestión de eventos, donaciones/pagos, gestión de voluntarios y mucho más, diseñada para organizaciones benéficas y sin ánimo de lucro.

**-Usos:**

* Gestión de contactos: los datos de los contactos se pueden almacenar en un solo lugar; se pueden etiquetar y agrupar los contactos según su nivel de compromiso con la organización.
* Gestión de socios: permite que los socios se inscriban, paguen *online* y reciban recordatorios de renovación de socio.
* Integración contable: se puede introducir los regalos en el CRM, exportar los datos y luego importarlos en tu sistema contable.
* Gestión de eventos: se pueden crear formularios de generación, inscribir voluntarios y generar confirmaciones y recibos de inscripción.
* Marketing por correo electrónico: puedes enviar correos electrónicos utilizando plantillas personalizadas y medir la eficacia de las campañas mediante el seguimiento de las estadísticas de los correos electrónicos.
* Campañas de promoción: permite a las organizaciones sin ánimo de lucro crear peticiones *online* y animar a sus seguidores a pasar a la acción.
* Recaudación de fondos de igual a igual: el personal de recaudación de fondos puede crear campañas personales para recaudar fondos en tu nombre.
* Informes: CiviReport tiene más de 40 informes estándar para ayudar a tu organización a evaluar su impacto.

**-Pros:**

* CiviCRM es complejo y flexible, y puede adaptarse a las necesidades de tu organización sin ánimo de lucro.
* Guarda tus contactos con un número ilimitado de campos personalizados, lo que te permite hacer un seguimiento de los seguidores y de cada interacción con ellos.
* Vincula las donaciones con los registros de contactos, para que puedas agradecer fácilmente a los donantes por su generosidad.
* Envía recordatorios automáticos a tus simpatizantes para asegurar que tus eventos tienen una buena asistencia.
* Alienta a los donantes a que te ayuden a alcanzar tus objetivos de recaudación de fondos configurando una página de seguimiento con un *widget* indicador.

**-Contras:**

* Necesitas tener buenos conocimientos técnicos/de programación para instalar y utilizar el CRM.
* Algunas organizaciones pagan a expertos para que gestionen y personalicen el sistema, lo que puede resultar más caro que utilizar otros CRM de pago o gratuitos.
* Es difícil dominar todas las funciones debido a su amplitud y complejidad.
* Según algunos usuarios, el tipo de letra y algunos formatos no son fáciles de usar.
* Hay que recurrir a las redes y a los foros (o a un experto de pago) para obtener soporte.

**-Precios**:

Gratuito: CiviCRM es un sistema de código abierto, por lo que no hay que pagar para utilizarlo; sin embargo, se necesita un servidor para aprovechar sus características.

Las organizaciones con capacidad técnica interna limitada probablemente tendrán que pagar por el servidor o alojamiento y por un experto “socio” para configurar y mantener el sistema.

1. **Donor Perfect**

Un sistema de recaudación de fondos y CRM que proporciona las herramientas para la comunicación, el seguimiento y la gestión de campañas para que puedas recaudar más fondos para tu causa.

**-Usos:**

* Gestión de donantes: guarda los contactos de los donantes con campos y pantallas personalizadas para reducir e l cluster de datos y aumentar la eficiencia
* Gestión de socios: envía mensajes de renovación, realiza un seguimiento de las actualizaciones y de las afiliaciones caducadas.
* Gestión de voluntarios: realiza un seguimiento de las asignaciones de voluntarios, habilidades, disponibilidad, certificaciones y más.
* Correos y correos electrónicos dirigidos: utiliza filtros y funciones de orientación para enviar comunicaciones personalizadas.
* Gestión de contactos: gestiona las tareas futuras, las reuniones, las llamadas o las citas con los donantes.
* Gestión de eventos de recaudación de fondos: gestiona los detalles de los eventos, rastrea los gastos, organiza las mesas y asigna los equipos.
* Procesamiento de donaciones: mantiene un registro de donaciones y promesas; reconoce a los donantes que influyen en otros para que donen.

**-Pros:**

* La fácil integración con Microsoft Word y Excel te permite exportar informes con el formato exacto que deseas.
* La función SmartGive permite a los donantes donar con sólo unos pocos clics: SmartGive lleva a los donantes a una página de pago *online* segura que está precargada con su información, para que puedan donar de forma fácil y rápida.
* Produce sin esfuerzo recibos y documentación para los impuestos de los donantes.
* Los integrantes pueden recaudar fondos para tu causa con la función de recaudación de fondos de igual a igual.
* Fácil de integrar con Quickbooks u otras soluciones de terceros.

**-Contras:**

* La amplitud de funciones hace que el sistema sea difícil de dominar.
* Algunas funciones esenciales no están en el paquete básico; los complementos adicionales pueden resultar bastante caros.
* Los contactos pueden estar duplicados, lo que puede causar confusión.

**-Precios:**

* Lite: $99/mes
* Básico: $159/mes
* Esencial: $269/mes
* Premier: $459/mes
* Para empresas: $799/mes

1. **GiveGab**

GiveGab es una plataforma ágil específicamente diseñada para la gestión de donantes y relaciones con organizaciones sin ánimo de lucro.

**-Usos:**

* Involucra tanto a los voluntarios como a los donantes en una sola plataforma.
* Gestión de voluntarios: realiza un seguimiento de las horas del voluntariado, publica tus oportunidades de voluntariado y recluta más simpatizantes.
* CRM de donantes: gestiona los datos de los partidarios y de los donantes.

**-Pros:**

* Permite crear campañas de recaudación de fondos con la participación de tus mejores voluntarios, donantes u otros colaboradores, que pueden crear mini campañas centradas en tus campañas más grandes.
* Tiene la capacidad de recaudación de fondos *online*.
* Anuncia los días de donación como nuevas oportunidades de recaudación de fondos.
* Dispone de mensajería y medios sociales incorporados para el compromiso de los partidarios y donantes.
* Dispone de una gama completa de capacidades de recaudación de fondos para eventos, como funciones de registro y pago.
* Sistema de gestión de voluntarios que incluye el seguimiento de las horas y la publicación de oportunidades.

**-Contras:**

* Algunos usuarios dicen que la cantidad de funciones hace que sea difícil de dominar.
* La tarifa más alta de la plataforma para el plan gratuito significa que tus organizaciones sin ánimo de lucro pagan más si tu recaudación de fondos se desempeña mejor.

**-Precios:**

* Básico: Gratuito + 7% de comisión de la plataforma + 2,9% de tasas de tarjeta de crédito.
* Recaudación de fondos: $49/mes (requiere suscripción anual) + 4% de comisión de la plataforma + 2,9% de tasas de tarjeta de crédito.
* Recaudación de fondos y gestión de donantes (CRM): $199/mes (requiere suscripción anual) + 2% de comisión de plataforma + tasas de tarjeta de crédito.
* Empresa: “Precios que se adaptan a tu organización sin ánimo de lucro” (precios personalizados).
* #GivingTuesday: 0% + tasas de tarjeta de crédito. GiveGab elude sus tarifas en #GivingTuesday.

1. **Hubspot CRM**

Una herramienta de gestión de las relaciones con los clientes que te permite organizar y seguir a tus donantes actuales y potenciales. Diseñada para empresas con ánimo de lucro y tiene una gran potencia, flexibilidad y precio (gratuito).

**-Usos:**

* Almacena hasta 1.000.000 contactos sin fecha de caducidad.
* Gestiona tu canal de distribución y toda la base de datos de contactos.
* Realiza un seguimiento de las interacciones de los donantes de forma automática, ya sea en un correo electrónico, a través de las redes sociales o en una llamada.
* Realiza llamadas telefónicas desde el CRM.

**-Pros:**

* Si has estado utilizando una hoja de cálculo para el seguimiento, esta herramienta es mucho más sólida.
* Fácil de aprender y el menú es fácil de navegar.
* Todo tu equipo puede compartir el sistema, por lo que un miembro del equipo puede continuar fácilmente con un donante donde otro miembro del equipo lo dejó.
* La capacidad de clasificación permite ver fácilmente las personas que han donado y las que no.
* Se sincroniza con Gmail o Outlook para registrar toda la comunicación.
* Organiza todo sobre un donante en particular en un solo lugar.
* Ofrece la opción de grabar y almacenar las conversaciones.
* Dispone de herramientas de programación de calendarios y reuniones.

**-Contras:**

* La herramienta no tiene la capacidad de crear o exportar informes personalizados.
* Algunas funciones avanzadas requieren la integración con otros productos que pueden o no ser gratuitos.
* Puede llevar mucho tiempo configurar todas las funcionalidades para ti y tu equipo.
* El número de funciones hace que sea difícil de dominar.

**-Precios:**

* Hubspot CRM es “gratis para siempre”. Mientras no necesites funciones adicionales, no hay que pagar por usar el servicio.
* Las integraciones con Hubspot Sales y Hubspot Marketing, que añaden mucha más potencia al sistema, requieren una cuota de suscripción.

5) **Insightly**

Es una herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM) que te permite organizar y hacer un seguimiento de tus donantes actuales y potenciales, planificar y ejecutar proyectos, y mantenerte al día.

**-Usos:**

* Realiza un seguimiento de las relaciones con los clientes a través del exclusivo motor de gráficos de relaciones para capturar automáticamente los vínculos entre los contactos, las organizaciones y las relaciones comerciales que comparten.
* Permite enviar mensajes directamente desde el CRM.
* Convierte un cliente potencial en una oportunidad con un solo clic.
* Genera tareas recurrentes, programa citas en el calendario con clientes potenciales o contactos y los vincula a proyectos.

**-Pros:**

* Captación automatizada de posibles donantes.
* Incluye herramientas de automatización del flujo de trabajo para la gestión de proyectos.
* Incluye una vista del canal de distribución para ver la cronología de las interacciones con un determinado donante.
* Envía automáticamente correos electrónicos y realiza un seguimiento de las analíticas.
* Se sincroniza fácilmente con MailChimp.
* Presenta informes personalizados en cada nivel de paquetería.
* Se conecta a las herramientas y aplicaciones que ya utilizas.
* Contiene un servicio de gestión de archivos para el almacenamiento de documentos.
* Permite la sincronización de calendarios.
* Dispone de encriptación para salvaguardar los datos sensibles.
* El sistema permite establecer permisos basados en roles y perfiles dentro de tu equipo.
* Se integra fácilmente con Google y Microsoft.
* Se integra fácilmente con sistemas de contabilidad como Quickbooks.

**-Contras:**

* La versión gratuita sólo permite 2.500 contactos, 2 campos de base de datos personalizables y 10 correos electrónicos masivos al día.
* Algunos usuarios informan de que para encontrar los contactos, hay que buscarlos exactamente como se introdujeron en el sistema.

**-Precios:**

* Gratis: hasta 2 usuarios
* Básico: $12 usd usuario/mes (facturado anualmente); $15 usd usuario/mes (facturado mensualmente).
* Plus: $29 usd usuario/mes (facturado anualmente); $35 usd usuario/mes (facturado mensualmente).
* Profesional: $49 usd usuario/mes (facturado anualmente); $59 usd usuario/mes (facturado mensualmente).
* Para empresas: $99 usd usuario/mes (facturado anualmente); $129 usd usuario/mes (facturado mensualmente).
* **Descuento para organizaciones sin ánimo de lucro:** Las organizaciones 501(c)(3) y las ONG pueden obtener un 50% de descuento en todos los planes de pago (previa verificación del soporte de Insightly).

EJEMPLOS DE TEXTOS PARA UNA BUENA COMUNICACIÓN CON LOS DONANTES

Hay varias formas en las que tu organización sin ánimo de lucro puede centrarse en mejorar las estrategias de marketing mediante una comunicación más eficaz con tus donantes.

* CARTAS DE AGRADECIMIENTO

La gratitud es poderosa, y un correo de agradecimiento sigue siendo una de las formas más útiles de expresarla a los donantes. Una carta de agradecimiento expresa el aprecio, sirve como recibo y ayuda a construir una relación más fuerte con el donante. Enviar una carta de agradecimiento eficaz puede dar a tu organización una ventaja en un mundo lleno de competencia en beneficencia.

¿Qué debes tener en cuenta al escribir cartas de agradecimiento?

1) Debe ser oportuna: Los expertos en recaudación de fondos recomiendan enviar una carta de agradecimiento, independientemente de si se trata de donantes primerizos o veteranos, en un plazo de 48 a 72 horas después de recibir la donación. El tiempo puede variar, pero el donante debe seguir recordando que hizo la donación cuando reciba el agradecimiento. Un agradecimiento tres meses después no servirá de mucho.

2) Debe ser precisa: ¿Son correctos el nombre y la dirección del donante? ¿Has utilizado el honorífico correcto, como Sra., Srta. o Sr.? ¿Son correctas la ortografía y la gramática? ¿El formato facilita la lectura de la carta? Cuando sea apropiado, utiliza el nombre de pila del donante en el saludo para una mayor personalización.

3) Debe permitir al donante visualizar el efecto de su donación: ¿Has incluido una historia sobre alguien o algún animal que se beneficiará de la donación? ¿O has utilizado un testimonio sobre esa persona? La gente se siente más generosa cuando puede visualizar a personas concretas o a un animal al que han ayudado.

4) Debes mostrar lo bien que funcionan tus programas: Incluye un párrafo sobre tu misión y algunas estadísticas sobre tus resultados. No obstante, sé breve. La carta debe intentar llegar al corazón del donante más que a la cabeza. Incluye sólo los datos numéricos suficientes para demostrar que cumples y haces lo que prometes.

5) Debes utilizar el “tú” más a menudo que el “nosotros” o el “yo”: Convierte al donante en el héroe. Utiliza la frase “gracias a ti” con frecuencia. Haz que la carta se refiera al donante y a las personas a las que ayuda en lugar de a la organización. No es el momento de presumir del dinero recaudado o de los premios obtenidos. Se trata del donante y de lo que ha hecho posible.

6) Incluye el importe de la donación e información sobre los impuestos: ¿Es todo el importe deducible de impuestos o sólo una parte? Hacienda estipula qué declaraciones legales deben incluirse. Esta información puede ir al final de la carta, aunque, en el cuerpo, debe mencionarse el importe. Por ejemplo, “Gracias por tu donación de 200 €”. La mención de la cantidad al principio sirve como confirmación del importe y como recordatorio para el donante.

7) Debe estar firmada por una persona destacada: Esa persona puede ser un miembro de la junta directiva, el director ejecutivo, un voluntario o un beneficiario de la donación. Lo lógico es que la mayoría de las cartas de agradecimiento las escriba una persona de alto nivel. Pero algunas cartas de agradecimiento podrían ser de alguien que utiliza los servicios de tu organización, como un estudiante que recibe una beca o la madre de un niño beneficiado.

8) Incluye una posdata: Cuando la gente escanea una carta, sí leen la posdata. Así que haz que ese último mensaje cuente. Repite una información vital y reitera tu agradecimiento. Cuando sea apropiado, haz que la persona que firma la carta incluya una posdata escrita a mano dando las gracias de nuevo o haciendo referencia a algo personal.

9) No debe ser una carta genérica: Lo ideal es que las cartas de agradecimiento no sean cartas genéricas, preparadas y luego olvidadas. No dejes que tus agradecimientos se conviertan en algo rutinario y aburrido. A menos que tengas un gran número de donantes, tu organización benéfica debería intentar que cada carta de agradecimiento sea única, para que el donante sepa que esa carta estaba destinada específicamente a él.

A continuación tienes una plantilla de referencia:

|  |
| --- |
| Nombre de la organización, pequeña ONG  Dirección - Número de teléfono - Dirección de correo  Fecha …../…../……….  Nombre del donante  Dirección del donante  Estimado xxxxx (nombre del donante),  Gracias a ti, xxxxxxx (qué se ha hecho con la donación, quién se ha beneficiado de la donación, qué condiciones han cambiado para el beneficiario, etc.).  Gracias por tu reciente y generosa donación de xxxx (importe) a xxxx (nombre de la organización o pequeña ONG). Tu voluntad de ayudar a xxxxx (el área de uso de la donación).  Gracias a ti, hemos proporcionado xxxxx (cuántas personas y cómo se les ayuda en total).  Tu donación ayudará a comprar xxxxx (si has comprado algo con la donación, qué has comprado y cuánto).  Alguna información sobre la campaña y sus objetivos. ¿Hasta qué punto se han alcanzado los objetivos?  Nos encantaría darte un xxxx (una oferta de regalo relativa a la campaña de donación).  xxxxx, nuestro director de desarrollo, está siempre disponible para concertar una visita para ti o para responder a cualquier pregunta que puedas tener. No dudes en llamarle al xxx(número de contacto), o enviarle un correo electrónico a xxxx (dirección de correo electrónico).  Nos encantaría mantenerte informado con nuestros correos electrónicos y boletín de noticias. Puedes suscribirte a ellos en nuestra página web, xxxx(organizaciones o página web de la pequeña ONG).  De nuevo, gracias por todo lo que haces por xxx(asunto de la donación).  Sinceramente,  xxxxxxxxx  Director Ejecutivo  P.D. xxxx (cualquier comentario adicional). |

* CORREOS ELECTRÓNICOS DE AGRADECIMIENTO

Hoy en día, cada vez se hacen más donaciones por Internet, y enviar un correo electrónico de agradecimiento está perfectamente bien. Sin embargo, esta carta de agradecimiento por correo electrónico tiene que destacar más que una carta de agradecimiento enviada por correo, porque para la mayoría de nosotros se reduce a un torrente de correos electrónicos.

El agradecimiento no es sólo para la donación. Debes agradecer a tus seguidores todo lo que hacen, como asistir a un evento, participar en una encuesta o ser voluntario.

1) Haz que el donante sea la estrella: Utilice la palabra “tú” todo lo que puedas.

2) Explica al donante los resultados y sé específico: La especificidad se extiende incluso a compartir el número de personas que recaudaron fondos y el número de personas que donaron como resultado. Esto crea un sentimiento de pertenencia a un grupo de personas muy especial y enfatiza el factor multiplicador del esfuerzo de cada persona.

3) Muestra una foto conmovedora: No hay excusa para no incluir una imagen en un correo electrónico de agradecimiento. Las imágenes son súper fáciles de añadir. Asegúrate de que la imagen sea de una persona (o de un animal, si ese es tu objetivo), esté bien enmarcada y sea grande. También puedes incluir un vídeo, siempre que se centre en alguien que se beneficie de la generosidad del donante y sea sencillo. Haz que el vídeo sea accesible desde el mensaje de agradecimiento, sin tener que hacer clic en otros sitios. La imagen de una persona es más fuerte que la de un grupo de personas, y una persona o grupo de personas es más fuerte que los cuadros, gráficos o infografías.

4) Incluye un enlace a más información: Procura que el mensaje de agradecimiento sea lo más directo y sincero posible, pero ofrece una forma de que el donante pueda volver a tu página de inicio o a otra página de destino que le lleve a realizar más acciones.

A continuación tienes una plantilla de referencia:

|  |
| --- |
| El asunto del email con el mensaje: “¡Gracias por tu reciente donación!”  Estimado (Nombre),  Gracias por tu donativo de xxxxx (¿en qué has gastado el donativo, qué has comprado?) ¡Gracias!  Tu donativo ha ayudado a xxxxx (¿a quién has ayudado con el donativo, qué facilidades has dado?).  Un mensaje del beneficiario  Gracias de nuevo por tu rápida respuesta que ha permitido a xxxx (las actividades que han sido realizadas por la organización o la pequeña ONG).  Gracias por tu donación de \_\_\_\_ a xxxx (nombre de la organización o de la pequeña ONG). Son las donaciones, como la tuya, las que nos permiten ayudar en xxxxx (actividades en curso de la pequeña ONG).  Con tu ayuda, este año llegaremos a más xxxxxxx en todo el mundo.  A continuación encontrarás un resumen de tu donación. También puedes acceder a un recibo *online* haciendo clic en este enlace: xxxxxx  Importe: xxxx euros  Forma de pago: Tarjeta de crédito Mastercard, \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*  Fecha: ...../..../......  Designación: xxxx  Gracias por tu compasión  Sinceramente,  xxxxxxxx, Presidente |

PLANTILLA PARA UN PLAN DE RECAUDACIÓN DE FONDOS

En la unidad 1 encontrarás una plantilla de plan de recaudación de fondos.

Link: <https://drive.google.com/drive/folders/1Kn6mzPRHMIFRZSfoshv0w5eSINvm4jt3?usp=sharing>

UN MODELO DE TEXTO DE RGPD A MODIFICAR + COOKIES + PRIVACIDAD

¿Cuáles son los principios básicos de la protección de datos?

Hay seis principios que las ONG y las organizaciones benéficas deben seguir cuando tratan datos personales. Estos principios se recogen en la DPA (Data Protection Act) 2018, y se resumen a continuación:

1. El tratamiento debe hacerse de manera justa, legal y transparente. Esto significa dos cosas:

-Ser transparente con las personas que han compartido sus datos personales contigo. Las ONG y las organizaciones benéficas deben ser transparentes en cuanto a la forma en que se tratarán los datos personales, con qué fin y si se compartirán con otras personas.

-Tener una base legal para tratar los datos personales de los interesados. Hay un número de bases legales que pueden ser utilizadas. Por ejemplo, la ONG o la organización benéfica tiene un interés legítimo en el tratamiento de los datos personales, o la ONG o la organización benéfica ha obtenido el consentimiento del interesado.

1. Los datos personales deben adquirirse con una finalidad clara y determinada. Por ejemplo, no pueden ser recogidos con una finalidad para ser utilizados con otra finalidad. Las ONG y las organizaciones benéficas deben utilizar los datos personales de la forma en que se dijo a los interesados que se utilizarían.
2. La recopilación de datos personales deberá ser adecuada, pertinente y no excesiva. Las ONG y las organizaciones benéficas recogen datos personales para un fin específico, por lo que deben recoger la cantidad mínima de datos necesarios para lograr ese o esos propósitos.
3. Los datos personales deben ser exactos y mantenerse actualizados.
4. Los datos personales no deben conservarse más tiempo del necesario. Las ONG y las organizaciones benéficas deben eliminar los datos personales cuando ya no sean necesarios.
5. Los datos personales deben mantenerse seguros. Las ONG y las organizaciones benéficas deben asegurarse de que cuentan con sólidas medidas de seguridad física y técnica para proteger los datos personales.

Más abajo puedes encontrar plantillas de políticas de privacidad y cookies:

|  |
| --- |
| **PLANTILLA DE POLÍTICA DE PRIVACIDAD**  **Política de privacidad**  Última actualización: (añadir fecha)  Mi empresa (cambiar esto a “nosotros”, “nos” o “nuestro”) opera en http://www.mysite.com (cambiar esto por tu “página”). Esta página te informa de nuestras políticas sobre la recopilación, el uso y la divulgación de la información personal que recibimos de los usuarios de la página web.  Utilizamos tu información personal únicamente para proporcionar y mejorar la página web. Al utilizar la página web, aceptas la recopilación y el uso de la información de acuerdo con nuestra política.  **Recogida y uso de la información**  Al utilizar nuestra web, es posible que te pidamos que nos proporciones cierta información personal identificable que puede ser utilizada para contactar contigo o identificarte. Se puede incluir la información de identificación personal, pero no se limita al nombre del usuario (“información personal”).  **Datos de registro**  Al igual que muchos operadores de páginas web, recopilamos la información que tu navegador envía cada vez que visitas nuestra página web (“datos de registro”).  Estos datos de registro pueden incluir información como la dirección del Protocolo de Internet ("IP") de tu ordenador, el tipo de navegador, la versión del navegador, las páginas de nuestra web que visitas, la hora y la fecha de tu visita, el tiempo empleado en esas páginas y otras estadísticas.  Además, podemos utilizar servicios de terceros, como Google Analytics, que recogen, controlan y analizan esta información.  La sección de datos de registro es para las empresas que utilizan servicios de análisis o seguimiento en páginas web o aplicaciones, como Google Analytics.  **Comunicaciones**  Podemos utilizar tus datos personales para ponernos en contacto contigo con boletines informativos, materiales de marketing o promocionales y otra información.  La sección de comunicaciones es para las empresas que pueden ponerse en contacto con los usuarios a través del correo electrónico (boletines de noticias por correo electrónico) u otros métodos.  **Cookies**  Las cookies son archivos con una pequeña cantidad de datos, que pueden incluir un identificador único anónimo.  Las cookies se envían a tu navegador desde una página web y se almacenan en el disco duro de tu ordenador.  Al igual que muchas páginas web, utilizamos las cookies para recopilar información. Puedes indicar a tu navegador que rechace todas las cookies o que te indique cuándo se envía una cookie. Sin embargo, si no aceptas las cookies, es posible que no puedas utilizar algunas partes de nuestra página web.  **Security**  La seguridad de tu información personal es importante para nosotros, pero recuerda que ningún método de transmisión a través de Internet, o método de almacenamiento electrónico es 100% seguro. Aunque nos esforzamos por utilizar medios comercialmente aceptables para proteger tu información personal, no podemos garantizar la seguridad absoluta.  **Cambios en esta política de privacidad**  La presente política de privacidad entra en vigor a partir de (añadir fecha) y permanecerá en vigor salvo en lo que respecta a cualquier cambio en sus disposiciones en el futuro, que entrarán en vigor inmediatamente después de ser publicados en esta página.  Nos reservamos el derecho de actualizar o cambiar nuestra Política de Privacidad en cualquier momento y debes revisarla periódicamente. El uso continuado de la página web después de que publiquemos cualquier modificación de la Política de Privacidad en esta página constituirá el reconocimiento de las modificaciones y el consentimiento para cumplir y estar obligado por la Política de Privacidad modificada.  Si realizamos algún cambio sustancial en esta Política de Privacidad, lo notificaremos a través de la dirección de correo electrónico que nos haya sido proporcionado, o mediante la colocación de un aviso destacado en nuestra página web.  **Contáctanos**  Si tienes alguna duda sobre esta política de privacidad, por favor, ponte en contacto con nosotros |

|  |
| --- |
| **PLANTILLA DE POLÍTICA DE COOKIES**  Última actualización [mes día, año]  **Introducción**  [Nombre de la entidad comercial] (“nosotros” o “nos” o “nuestro”) podemos utilizar cookies, balizas web, píxeles de seguimiento y otras tecnologías de seguimiento cuando visitas nuestra página web (nombre de la página web.com), incluyendo cualquier otro formulario de medios, canal de medios, página web móvil o aplicación móvil relacionada o conectada con ella (colectivamente, la “página web”) para ayudar a personalizar la página web y mejorar tu experiencia.  Nos reservamos el derecho a realizar cambios en esta Política de Cookies en cualquier momento y por cualquier motivo. Te avisaremos de cualquier cambio actualizando la fecha de la “última actualización” de esta Política de Cookies. Cualquier cambio o modificación entrará en vigor inmediatamente después de la publicación de la Política de Cookies actualizada en la página web, y se renuncia al derecho de recibir una notificación específica de cada uno de dichos cambios o modificaciones.  Se recomienda revisar periódicamente esta Política de Cookies para mantenerse informado de las actualizaciones. Se considerará que has sido informado, estarás sujeto a, y se considerará que has aceptado los cambios en cualquier Política de Cookies revisada por el uso continuado de la página web después de la fecha de publicación de dicha Política de Cookies revisada.  **Uso de cookies**  Una cookie es una cadena de información que asigna un identificador único que almacenamos en tu ordenador. Tu navegador proporciona entonces ese identificador único para utilizarlo cada vez que envíes una consulta a la página web. Utilizamos cookies en la página web para, entre otras cosas, hacer un seguimiento de los servicios que has utilizado, guardar la información de registro, guardar tus preferencias de usuario, mantenerte conectado a la página web, facilitar los procedimientos de compra y hacer un seguimiento de las páginas que visitas. Las cookies nos ayudan a entender cómo se utiliza la página web y a mejorar tu experiencia de usuario.  **Tipos de cookies**  Las siguientes tipos de cookies pueden ser utilizados cuando visites la página web:   * Cookies publicitarias   Los anunciantes y los servidores de anuncios colocan cookies publicitarias en tu ordenador con el fin de mostrarte los anuncios que más probablemente sean de tu interés. Estas cookies permiten a los anunciantes y a los servidores de anuncios recopilar información sobre tus visitas a la página web y a otras páginas web, alternar los anuncios enviados a un ordenador concreto y hacer un seguimiento de la frecuencia con la que se ha visto un anuncio y quién lo ha visto. Estas cookies están vinculadas a un ordenador y no recogen ninguna información personal.   * Cookies de análisis   Las cookies analíticas controlan la forma en que los usuarios han llegado a la página web, y cómo interactúan y se mueven una vez en la página. Estas cookies nos permiten saber qué características de la página web funcionan mejor y qué características de la página web pueden mejorarse.   * Nuestras cookies   Nuestras cookies son “cookies de origen”, y pueden ser permanentes o temporales. Se trata de cookies necesarias, sin las cuales la página web no funcionaría correctamente ni podría ofrecer ciertas características y funcionalidades. Algunas de ellas pueden desactivarse manualmente en tu navegador, pero pueden afectar a la funcionalidad de la página web.   * Cookies de personalización   Las cookies de personalización se utilizan para reconocer a los visitantes habituales de la página web. Utilizamos estas cookies para registrar el historial de navegación, las páginas que has visitado y tu configuración y preferencias cada vez que visitas la web.   * Cookies de seguridad   Las cookies de seguridad ayudan a identificar y prevenir los riesgos de seguridad. Utilizamos estas cookies para autenticar a los usuarios y proteger los datos del usuario de partes no autorizadas.   * Cookies de gestión de la página web   Las cookies de gestión de la página web se utilizan para mantener tu identidad o sesión en la página, de forma que no se cierre la sesión de forma inesperada, y cualquier información que introduzcas se conserve de una página a otra. Estas cookies no se pueden desactivar individualmente, pero se pueden desactivar todas las cookies en tu navegador.   * Cookies de terceros   Las empresas que gestionan determinados servicios que ofrecemos pueden colocar cookies de terceros en tu ordenador cuando visitas la página web. Estas cookies permiten a los terceros recopilar y rastrear cierta información sobre ti. Estas cookies pueden desactivarse manualmente en tu navegador.  [Otros]  [Otros]  **Control de las cookies**  La mayoría de los navegadores están configurados para aceptar las cookies por defecto. Sin embargo, se pueden eliminar o rechazar las cookies en la configuración de tu navegador. Ten en cuenta que dicha acción podría afectar a la disponibilidad y funcionalidad de la página web.  Para obtener más información sobre cómo controlar las cookies, consulta la configuración de tu navegador o dispositivo para saber cómo puedes controlar o rechazar las cookies, o visita la página web de tu navegador.  **Otras tecnologías de seguimiento**  Además de las cookies, podemos utilizar balizas web, píxeles de seguimiento y otras tecnologías de seguimiento en la página web para ayudar a personalizar la página y mejorar tu experiencia. Una “baliza web” o “píxel de seguimiento” es un pequeño objeto o imagen incrustado en una página web o en un correo electrónico. Se utilizan para rastrear el número de usuarios que han visitado determinadas páginas web y visto correos electrónicos, y adquirir otros datos estadísticos. Sólo recogen un conjunto limitado de datos, como el número de cookies, la hora y la fecha de visualización de la página o el correo electrónico, y una descripción de la página o el correo electrónico en el que se encuentran. Las balizas web y los píxeles de seguimiento no se pueden rechazar. Sin embargo, se puede limitar su uso controlando las cookies que interactúan con ellos.  **Política de Privacidad**  Para obtener más información sobre cómo utilizamos la información recopilada por las cookies y otras tecnologías de seguimiento, consulta nuestra Política de Privacidad (PULSA AQUÍ)/publicada en la web. Esta Política de Cookies forma parte de nuestra Política de Privacidad. Al utilizar la página web, aceptas estar sujeto a esta Política de Cookies y a nuestra Política de Privacidad.  **Contáctanos**  Si tienes alguna pregunta o comentario sobre esta Política de Cookies, ponte en contacto con nosotros en:  [Nombre de la empresa]  [Dirección]  [Ciudad, Código Postal]  [Número de teléfono]  [Número de fax]  [Correo electrónico] |

NETIQUETA EN LAS REDES SOCIALES Y PUBLICACIONES EN LAS REDES SOCIALES PARA LA RECAUDACIÓN DE FONDOS

Con millones de personas activas en las plataformas de medios sociales cada día en todo el mundo, los usuarios deben cumplir las normas de protocolo cuando interactúan. Al igual que cuando se interactúa cara a cara con la gente, es importante mantener la misma etiqueta en las redes sociales.

Aunque la interacción en las redes sociales se considera una forma de comunicación mucho menos personal, no es menos importante respetar y valorar a los demás usuarios *online*. Hay ciertos comportamientos que debes evitar y otros que siempre debes tener en cuenta al interactuar en las redes sociales. Dado que las ONG también se comunican con sus donantes en las redes sociales, estos valores también son importantes para ellas.



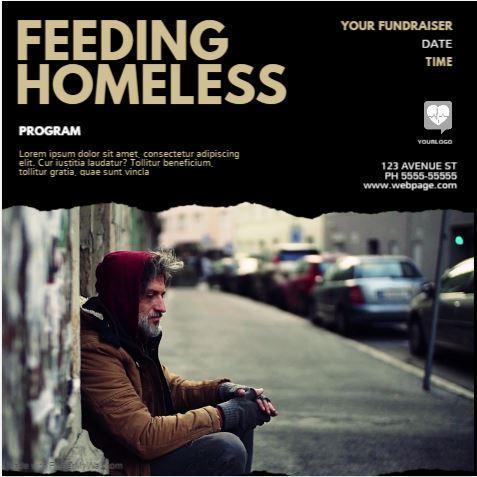
Fuente:: <https://digitalschoolofmarketing.co.za/blog/what-is-social-media-etiquette/>

Plantillas de mensajes de recaudación de fondos en las redes sociales ¡Aquí tienes unos cuantos modelos de mensajes en las redes sociales que te ayudarán en tu recaudación de fondos!

MODELO 1)



MODELO 2)



MODELO 3 )



Fuente: <https://www.postermywall.com/index.php>

Esta página web tiene la opción de afiliación gratuita; puedes descargar modelos gratis y editarlos con el editor online.