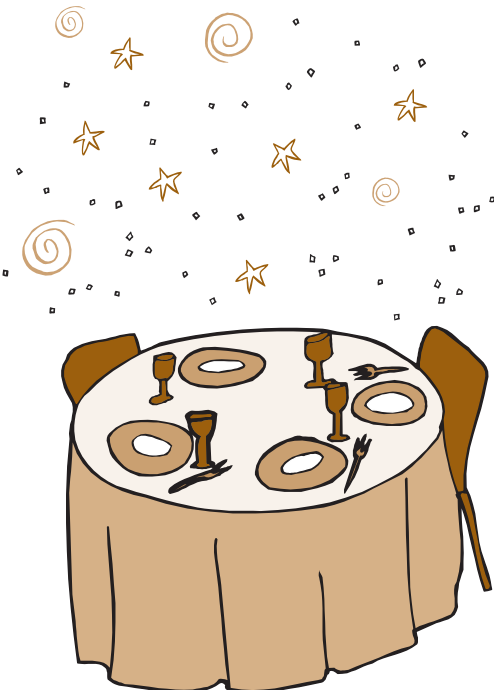


Logrando lo Máximo de Tu Evento Especial

-
- OPORTUNIDADES QUE BRINDA
 - SELECCIÓN DEL TIPO DE EVENTO
 - REDACCIÓN DEL PLAN
 - ELABORACIÓN DEL PROGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL EVENTO
 - COLABORACIÓN CON LOS VOLUNTARIOS



ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES EN PROCURACIÓN DE FONDOS (AFP)

QUIÉNES SOMOS:

La Asociación de Profesionales en Procuración de Fondos (AFP) representa a más de 28.000 miembros de más de 190 capítulos en todo el mundo, quienes trabajan para promover el progreso de la filantropía, por medio de programas de defensa, investigación, educación y certificación.

La Asociación promueve el desarrollo profesional de los procuradores de fondos, y fomenta elevados estándares éticos en la profesión de procuración de fondos. Anteriormente, la AFP se denominaba Sociedad Nacional de Ejecutivos en Procuración de Fondos (NSFRE). Para obtener más información sobre la AFP, y unirse a la comunidad de procuradores de fondos más grande del mundo, visite el sitio de la AFP: www.afpnet.org, o llame al (703) 684-0410.

NUESTRA VISIÓN:

La AFP será reconocida como la organización líder en la promoción de la filantropía, al capacitar a los procuradores de fondos para servir a la humanidad en todo el mundo.



4300 Wilson Blvd., Suite 300

Arlington, VA 22203

Teléfono: (800) 666-3863

Mexico: 001+(866) 837-1948

Fax: (703) 684-0540

Dirección en la Red: www.afpnet.org

Para adquirir copias adicionales, comuníquese al AFP,
al (800) 666-3863, o envíe un mensaje a readyref@afpnet.org
En Mexico: (52)55-3626-1592 · Fax: (52)55-3626-1593

Cómo Sacar el Máximo Provecho a un Evento Especial

- ▼ **Oportunidades que Brinda**
- ▼ **Selección del Tipo de Evento**
- ▼ **Redacción del Plan**
- ▼ **Elaboración del Programa de
Actividades para el Evento**
- ▼ **Colaboración con los
Voluntarios**

Por Betsy B. Clardy, CFRE

**Serie de Consulta Rápida de la AFP
Asociación de Profesionales en Procuración de Fondos**

Aclaración: La información proporcionada en este manual es, a nuestro entender, correcta y veraz a la fecha de su publicación, pero queda sujeta a modificaciones y no debe interpretarse, en sentido alguno, como opinión, recomendación o consulta. Cualquier duda sobre cuestiones jurídicas, normativas, contables o de naturaleza similar, deberá consultarse con el asesor profesional competente.

Este manual forma parte de la Serie de Consulta Rápida de la AFP para profesionales en procuración de fondos.

Texto de Betsy B. Clardy, CFRE.

Traductora: Bertha Moye Elizalde

©2007 de la Association of Fundraising Professionals (AFP)
4300 Wilson Blvd., Suite 300, Arlington, VA 22203

Derechos reservados. Quedan prohibidos la reproducción, total o parcial de esta publicación, su almacenamiento en un sistema de recuperación de información, o su transmisión, de cualquier forma o por cualquier medio —electrónico, mecánico, de fotocopiado, de grabación, o de cualquier otra índole—sin previa autorización por escrito del editor. Impreso en los Estados Unidos de América.

Índice

Oportunidades que Brindan los Eventos Especiales	1
Selección del Tipo de Evento	7
Elaboración del Plan para un Evento Especial	19
Elaboración del Programa de Actividades para el Evento	27
Colaboración con los Voluntarios del Evento.....	34
Sugerencias para Organizar un Magnífico Evento	38

Documentos de Consulta

Apéndice A: Lista de Control de la Publicidad para el Evento	42
Apéndice B: Ejemplos de Autorización del Donante para Publicar su Nombre, y Carta de Agradecimiento– Confirmación	44
Apéndice C: Ejemplo de Carta sobre Contribución Quid Pro Quo	45
Apéndice D: Ejemplo de Solicitud de Patrocinio	46
Apéndice E: Ejemplo de Formulario para Reservaciones para el Evento	49
Apéndice F: Ejemplo de Formulario para Asignar Mesas y Asientos	50

Apéndice G: Preguntas Más Frecuentes del Organizador de Eventos	51
Código de Principios Éticos y Estándares de Ejercicio Profesional de la AFP	55
Carta de los Derechos de los Donantes	interior de la contratapa

Oportunidades que Brindan los Eventos Especiales*

Un evento de procuración de fondos organizado por una institución no lucrativa puede ofrecer mucha diversión y generar gran entusiasmo, además de permitir obtener recursos económicos y mayor apoyo para la propia institución a corto y a largo plazo.

Participar en un evento especial de noche o de fin de semana brinda una experiencia memorable a los donantes, invitados y voluntarios, y a la vez fomenta el interés y la colaboración económica hacia la institución.

No hay nada que pueda infundir más ánimo al personal y a los voluntarios de una institución que organizar un evento especial. Con un seguimiento eficaz, los eventos especiales pueden ser un catalizador para captar donativos mayores, ya que brindan a los profesionales en desarrollo la oportunidad de identificar y ocuparse de la gestión de los donantes actuales y potenciales, cultivar estas relaciones y solicitar donativos.

No obstante, organizar un evento especial que tenga éxito requiere de recursos humanos y financieros, mucha creatividad, hábil planeación y excelente capacidad de organización. ¿Está su institución preparada para tal faena? Este manual de Consulta Rápida servirá como guía para orien-

*NOTA: En este documento fue necesario utilizar el masculino genérico a fin de facilitar la lectura; todas las menciones en tal género representan tanto a hombres como a mujeres.

Las cantidades mencionadas están expresadas en dólares americanos y la regulación del “IRS” se refiere a la oficina de administración de impuestos en los E.U.A. Por favor asegúrese de apegarse a las regulaciones válidas en su país.

tar a su institución, al personal y a los voluntarios sobre los diversos aspectos que comprende la organización de eventos especiales con fines filantrópicos.

Difusión de la Historia del Caso Institucional

Cuando se quiere promocionar a una institución entre el público en general, un evento especial bien organizado es el medio perfecto para dar a conocer la historia del caso institucional. Este tipo de evento da muy buenos resultados, especialmente si está vinculado con la misión de la organización. Por ejemplo, si la institución trabaja en el ámbito de la salud, un evento dirigido a conservar la salud, como una competencia de caminata, sería el más apropiado.

Si el objetivo es procurar fondos para competencias interuniversitarias de atletismo, un evento en el que se presente como invitado especial un atleta famoso proporcionaría el marco adecuado para poner de relieve el historial de atletismo de la escuela o dar a conocer las necesidades del programa de atletismo. Si una figura de los deportes habla sobre los aspectos más relevantes del programa de la escuela durante su presentación en el evento especial, la escuela o el programa obtendrá credibilidad inmediata entre los asistentes. Por otra parte, al presentar a un atleta destacado, es muy posible que la institución reciba cobertura por parte de los medios de difusión.

Pedir a personajes de la televisión local que actúen como maestros de ceremonias del evento da mayor proyección a la imagen de la organización, ya que los locutores del canal harán a menudo comentarios sobre el evento en los noticieros. Si el evento está dedicado a los deportes y el comentarista deportivo de cierto canal funge como maestro de ceremonias, es usual que la cadena de televisión presente tomas en vivo del evento en el noticiario de la noche. ¿Qué mejor manera hay para atraer la atención

hacia la institución o la causa? Los miembros del Consejo Directivo, quienes por lo general están muy bien relacionados, pueden ser de gran ayuda para reclutar este tipo de presentadores para el evento, así como para obtener patrocinios. Contar con un personal institucional con capacidad de organización y con voluntarios bien relacionados es indispensable para que un evento tenga éxito.

(Véase en el Apéndice A la Lista de Control de la Publicidad para el Evento).

Al comprar boletos y mesas para el evento especial, los donantes actuales y potenciales proporcionan sus datos personales a la institución. Por esta razón, los eventos especiales ofrecen una oportunidad única para que el personal de desarrollo y los voluntarios clave conozcan gente nueva que probablemente no acostumbra colaborar con la institución.

La gente asiste a eventos especiales de procuración de fondos motivada por diversas razones. En ocasiones, las personas compran boletos para el evento sin saber nada sobre la institución filantrópica organizadora, salvo que desean ver el espectáculo o escuchar al conferencista que se va a presentar. Otras veces, quieren hacer ofertas por algún artículo que va a subastarse durante el evento. O posiblemente los asistentes se sientan atraídos por el prestigio que representa ser vistos en un determinado evento. En cualquier caso, su presencia en la ocasión ofrece la posibilidad de continuar la labor de desarrollo. No sólo están contribuyendo económicamente con la institución al comprar boletos o mesas para el evento, sino además podrían convertirse en colaboradores en la misión de la institución, después de conocerla mejor.

Para ejemplificar, una organización identificó a un potencial donante mayor durante una subasta para procurar fondos. Dándose cuenta de que

Identificación de Donantes Actuales y Potenciales

el donante hizo la oferta más alta por algunos artículos muy costosos, el personal de desarrollo le dio seguimiento y cultivó las relaciones con él, logrando a la larga un donativo de siete cifras. Los días posteriores a un evento, los miembros del personal de la institución deben revisar las papeletas de oferta, tanto de la subasta a mano alzada como las de la subasta a viva voz, fijándose en la suma total con la que contribuyó cada donante, a fin de identificar a los donantes actuales y potenciales prometedores.

Cultivo de las Relaciones con los Donantes Actuales y Potenciales

Los miembros del personal de desarrollo también deben aprovechar la oportunidad que les brindan los eventos especiales para cultivar las relaciones con los donantes actuales y potenciales. Los asistentes están pasándola muy bien, el salón está lleno de animación, el ambiente es muy agradable, la comida y la bebida son excelentes—es el marco perfecto para llegar a conocer mejor a los donantes actuales y potenciales.

Por otra parte, un evento brinda una excelente oportunidad para dar a conocer la misión de la institución filantrópica. Mientras tiene toda la atención de los presentes, platíqueles sobre los servicios y las metas que diferencian a la institución. Si el trabajo de ésta se dirige a la juventud, por ejemplo, ¿qué mejor forma de cultivar relaciones con los donantes actuales y potenciales que presentar durante el evento a los jóvenes que atiende? La sinceridad y gratitud que transmiten quienes reciben los servicios de la institución atraerá la atención hacia la misión y facilitará la gestión de los asistentes al evento especial.

Aumento del Apoyo para la Institución

Los eventos especiales, por su propia naturaleza, permiten a las organizaciones no lucrativas obtener mayor apoyo económico y más ayuda de los voluntarios. En este tipo de evento se facilita que los donantes y los asistentes estrechen sus rela-

ciones con la institución, ya que por haber invertido en el evento, tendrán un interés inmediato en que ésta consiga sus objetivos. Las instituciones logran crear un compromiso por parte de los asistentes a sus eventos porque éstos han adquirido mesas o boletos o quizás han participado en la subasta, y además ya se han familiarizado con la organización no lucrativa. Los voluntarios se comprometen aún más con la misión institucional una vez que han dedicado tiempo, talento y recursos económicos a promover las iniciativas de la organización.

Es usual que durante un evento especial las organizaciones rindan homenaje a una persona destacada de la comunidad o del sector. No hay que olvidar invitar a los miembros de la familia y a los amigos del homenajeado. En muchas ocasiones, las personas que de otro modo no colaborarían con la institución, comprarán boletos, mesas y artículos en subasta en los eventos donde se reconoce a sus amigos o seres queridos.

Dar reconocimiento a los donantes y a los voluntarios en las invitaciones para los eventos, los programas impresos y mediante presentaciones especiales es la forma más adecuada de rendir homenaje a las personas que dan generosamente de sí para promover las metas de la organización. Al homenajear durante un evento especial a quienes ayudan y apoyan económicamente a la institución no lucrativa, ésta fortalece sus vínculos con estas personas.

Siempre es aconsejable obtener el consentimiento de los donantes o voluntarios antes de publicar sus nombres en invitaciones, programas o boletines de prensa. Puede pedírseles que firmen una autorización para publicarlos o bien discutir con ellos por teléfono cómo les gustaría que aparezcan sus nombres, y responder luego con una carta de agradecimiento–confirmación (Véanse en el Apéndice B ejemplos de estos docu-

Reconocimiento y Gestión de Donantes

mentos). Si ellos no acceden a que se publiquen sus nombres, es aceptable mencionarlos simplemente como “un paciente agradecido”, un “donante anónimo”, un “padre reconocido”, un “amigo de la institución”, o de la forma que resulte más apropiada.

Ahora que está al tanto de las oportunidades que se derivan de realizar un evento especial, es tiempo de evaluar si su institución cuenta con las capacidades requeridas para organizar un evento de esta clase.

Selección del Tipo de Evento

¿Está su organización en condiciones de organizar un evento especial? ¿Están preparados para asumir la responsabilidad de organizar el evento? La respuesta a estas preguntas dependen del tamaño y la complejidad del evento especial que se quiere organizar.

Como regla general, mientras más grande sea el evento, más trabajo va a requerir organizarlo y realizarlo, y más probabilidades habrá de que la institución capte mayor cantidad de fondos.

En primer lugar, antes de anunciarlo al público, es necesario precisar cuán grande va a ser el evento y a quiénes irá dirigido. La lista de control que figura en la siguiente página es una herramienta que puede ser de utilidad para determinar si su institución cuenta con las capacidades necesarias para organizar un evento especial de gran envergadura.

Las organizaciones no lucrativas no deben emprender la organización de un evento especial de procuración de fondos si no están preparadas para invertir una gran cantidad de recursos humanos y económicos para llevarlo a cabo. Organizar un evento que tenga éxito exige muchísimo tiempo por parte del personal y de los voluntarios. Si la institución no cuenta con al menos dos miembros del personal o con dos voluntarios que puedan dedicar hasta un 50 por ciento de su tiempo a organizar el evento, durante el plazo que se requiera, posiblemente habrá que reconsiderar si la institución está preparada para organizar un evento de gran envergadura.

Otro factor muy importante que debe tomarse en cuenta es la cantidad de fondos iniciales que se requieren para organizar el evento—fondos necesarios para pagar los anticipos para renta del salón, el servicio de banquetes y la orquesta o los artistas que se van a contratar, así como para cubrir los gastos relacionados con las invitaciones. Si la institución no cuenta con los recursos necesarios para estos propósitos, será necesario conseguirlos con algunos benefactores al empezar el proceso de organización. Posiblemente los miembros del Consejo Directivo o los voluntarios clave estén dispuestos a donar los fondos o los bienes y servicios para dichos fines. Otra opción sería obtener una subvención, que se utilizaría como capital inicial para procurar fondos para un determinado programa que la organización va a iniciar en el futuro, y al cual se destinarán los fondos obtenidos en el evento.

LISTA DE CONTROL DE CAPACIDADES NECESARIAS PARA REALIZAR EL EVENTO ESPECIAL

Recursos Humanos—¿Se cuenta con los recursos humanos necesarios?

No. de miembros del personal de la institución disponibles para ayudar a organizar el evento _____

No. de miembros del Consejo Directivo disponibles para ayudar a organizar el evento _____

No. de voluntarios disponibles para ayudar a organizar el evento _____

No. de miembros del personal, de miembros del Consejo Directivo y de voluntarios que colaborarán para llevar a cabo el evento _____

LISTA DE CONTROL DE CAPACIDADES NECESARIAS PARA REALIZAR EL EVENTO ESPECIAL, SIGUE

Gastos Estimados—¿Se cuenta con los recursos financieros necesarios para pagar los anticipos?

Anticipo para reservar el local para el evento \$ _____

Anticipo para contratar el espectáculo \$ _____

Anticipo para reservar el servicio de banquetes \$ _____

Anticipo para el fotógrafo \$ _____

Saldo a pagar por el espectáculo \$ _____

Saldo a pagar por el local para el evento \$ _____

Saldo a pagar al proveedor de banquetes \$ _____

Saldo a pagar al fotógrafo \$ _____

Costo de imprimir las invitaciones \$ _____

Costo de envío por correo de las invitaciones \$ _____

Costo de los centros de mesa/adornos \$ _____

Costo de imprimir los programas \$ _____

Costo de los obsequios para los invitados \$ _____

Costo del vino \$ _____

Patrocinios—¿Se cuenta con patrocinadores financieros?

No. y nombres de los principales patrocinadores comerciales y no comerciales del evento con los que se puede contar para financiar el evento: _____

Para que los eventos de procuración de fondos logren buenos resultados, es indispensable mantener bajos los costos por cada dólar recaudado; la institución no debe gastar en el evento un porcentaje importante de los fondos que va a captar. Por lo regular, un evento anual resulta más costoso el primero o los dos primeros años que se organiza. Generalmente los organizadores de un evento no esperan obtener mucho dinero el primer año. En el caso de un evento ya consolidado, muchos procuradores de fondos tratan de limitar los gastos a no más del 25 por ciento de los fondos que preveen captar; de lo contrario, la institución podría tener problemas con los donantes.

Una forma de ayudar a sufragar los gastos es conseguir un patrocinador titular del evento especial, y varios copatrocinadores. Si su institución tiene contactos en imprentas, empresas de servicios de banquetes, hoteles, etc., podría dirigirse a las empresas y pedirles, por ejemplo, que den un mejor precio por imprimir las invitaciones y los programas, que hagan un descuento por el servicio de banquete o en la renta del local para el evento. En el caso de un evento de gran notoriedad, conseguir un patrocinador titular del evento puede equivaler a recabar grandes sumas para la institución. En este caso, las dos partes se benefician, pues el patrocinador titular recibe amplio reconocimiento por su apoyo, y la organización no lucrativa obtiene apoyo financiero del patrocinio. Al pedir a un donante potencial que considere la posibilidad de dar su patrocinio, la organización filantrópica debe proporcionarle una lista de las contraprestaciones que recibirá. (Véase en el Apéndice D un ejemplo de una solicitud de patrocinio).

Una vez que los organizadores del evento se sientan seguros de que están bien preparados, pueden proceder a seleccionar el tipo de evento que desean realizar.

La evaluación de las capacidades financieras y en recursos humanos deben basarse en las metas que se pretende lograr al organizar un evento especial. Saber lo que se desea lograr con el evento ayuda a decidir qué tipo de evento realizar.

Las Metas Determinan el Tipo de Evento

¿Es el objetivo cultivar relaciones con un pequeño grupo selecto de donantes actuales o potenciales? De ser así, un pequeño evento podría ser la opción más atinada. Si el propósito es captar la mayor cantidad posible de fondos, convendría realizar un multievento durante un fin de semana. Si se quiere conseguir cobertura por parte de los medios, a la vez que recabar grandes sumas de dinero para la institución, se podría organizar un evento muy original o una fiesta de gala en la que se presenten artistas invitados. Los diferentes tipos de eventos brindan a la organización no lucrativa distintas oportunidades—y también distintos retos. A continuación se presentan descripciones generales de algunos eventos especiales y varias ideas que podrían ser de utilidad. Adapten estas sugerencias como mejor convenga a la misión de la institución, y dejen que las metas vayan dando forma a sus ideas creativas.

Los eventos pequeños pueden realizarse en combinación con un evento más grande, ya sea antes o después del evento principal. Generalmente tienen buenos resultados, ya que los invitados se dan cuenta de que sólo un grupo selecto ha sido invitado, y eso los inclina a sentirse especiales.

Eventos Pequeños

Por ejemplo, la institución podría organizar una recepción para un gran número de donantes actuales y potenciales; y como evento especial, más pequeño, podría realizar después de la recepción una cena íntima con el director de la institución o con un invitado de honor. Se enviaría una invitación por separado a un grupo reducido de invitados, a quienes se haría pasar discretamente a la cena privada cuando la recepción esté terminando. Contando con dos mesas redondas para

ocho o 10 personas, el director podría cambiar de mesa durante los postres, para que todos tuvieran la oportunidad de charlar con él. Esta es una excelente idea para que los invitados de honor puedan intercambiar puntos de vista con el líder de la institución.

Otro tipo de evento pequeño, que no requiere mucha organización ni grandes gastos es el evento en ausencia. La invitación—una solicitud de donativos—convida al destinatario a un Té u otro tipo de reunión imaginaria. Se incluye una bolsa de té con un mensaje que invita a la gente a disfrutar una taza especial de té en la comodidad de su hogar, sin que tenga que vestirse con elegancia o hacer preparativos especiales para salir. En vez de ello, se pide a los invitados que remitan por correo a la institución el costo de su boleto para el Té, como donativo. También se pide a los benefactores que hagan un brindis por la institución en una fecha y hora determinada. Esta clase de evento da mejores resultados cuando se invita a donantes y voluntarios comprometidos con la institución filantrópica y que están muy familiarizados con ésta.

Grandes Eventos

Existen muchos tipos de grandes eventos, que logran atraer a cientos de benefactores, permitiendo ampliar la base de donantes de las organizaciones no lucrativas.

Los torneos de golf—que también pueden organizarse como eventos pequeños—son un medio excelente para dar publicidad a la misión y a la labor de una institución no lucrativa. En muchas ocasiones, un personaje de la localidad o un conductor de noticieros actúa como maestro de ceremonias en el evento, lo que da mayor publicidad a la institución filantrópica. Los clubes campestres o campos de golf de la localidad suelen hacer un descuento en la recorrido y en las tarifas de renta de los carritos de golf para que la institución organizadora pueda obtener una

IDEA PARA UN EVENTO

EMPACADORES FAMOSOS

Una idea muy original para un pequeño evento consiste en trabajar en colaboración con una cadena de supermercados a fin de procurar fondos y dar mayor proyección pública a la institución. El evento “Empacadores Famosos” presenta como atracción a personalidades muy conocidas en la localidad, quienes empacan las compras de los clientes y les piden que hagan un donativo a la institución. El benefactor pasa después una tarjeta especial por un lector electrónico, agregando a su cuenta el monto de su donativo. Algunas tiendas hacen un donativo de contrapartida, duplicando o triplicando los fondos obtenidos durante el evento.

Los organizadores del evento deben escoger la sucursal de la tienda que atraiga el mayor número de donativos para la institución filantrópica. Muchas veces, la empresa se encarga de las relaciones públicas, la publicidad para el evento y las tarjetas para donativos, así que asegúrese de negociarlos, a fin de ahorrar en los costos del evento. En todo caso, cuatro semanas antes del evento, deben estar listos los anuncios para la radio y la televisión locales, así como las tarjetas para donativos impresas.

Los empacadores famosos, generalmente voluntarios destacados de la comunidad que apoyan a la institución, deben figurar en lugar destacado en la publicidad para el evento. En los anuncios de prensa, de radio y televisión, los empacadores famosos animan al público a acudir el día y la hora del evento, a la tienda designada.

ganancia sobre la cuota de entrada de cada participante. Las subastas a mano alzada, o las competencias de tiro más cercano a la bandera y tiro más largo se realizan generalmente en combinación con este tipo de eventos, lo que permite captar más fondos. Los voluntarios pueden encargarse de atender este tipo de eventos, que a veces llegan a convertirse en eventos muy importantes de procuración de fondos. Por lo regular, estos torneos se realizan los lunes, cuando la mayoría de los campos de golf están cerrados al público.

Una cena con mesas de discusión es un evento especial muy original, donde se presentan especialistas en diversos temas, quienes se encargan de

ATENCIÓN CON LOS GASTOS

Una advertencia para los organizadores de eventos grandes: hay que estar muy pendiente de los gastos, ya que mientras más complejo sea el evento, más costoso resultará.

moderar las discusiones durante la cena. Los invitados seleccionan tres temas por orden de preferencia cuando contestan la invitación; luego envían por correo su respuesta, y su donativo, a los organizadores. Los asistentes al evento

toman asiento a la mesa donde se va a tratar uno de los temas que eligieron. La cena con mesas de discusión puede llegar a ser un evento anual muy esperado, en el cual los invitados participan con gusto, a la vez que contribuyen económicamente con la institución.

Una variante de la cena con mesas de discusión es la llamada entrevista a una celebridad. En este tipo de evento, un deportista muy destacado, un líder conocido en todo el país o un artista de renombre es entrevistado en el escenario por un periodista famoso durante la cena (generalmente después de los postres). Estos eventos tienen mucho público cuando el entrevistado es un atleta famoso, y logran atraer a un nutrido grupo de asiduos asistentes al evento anual.

IDEA PARA UN EVENTO

RECEPCIÓN VIP

Como un incentivo adicional, antes de la cena puede ofrecerse una recepción VIP para los donantes que contribuyeron con las mayores sumas en el evento principal, dándoles a estos importantes colaboradores la oportunidad de convivir con el invitado de honor y de que se tomen una fotografía con él como recuerdo. Una recepción VIP puede servir como un estímulo para que los invitados compren mesas de mayor costo al que acostumbran, y obtengan así un pase para conocer al invitado de honor.

Subastas

Para obtener más fondos en eventos especiales como la cena con mesas de discusión o la entrevista a una celebridad, las organizaciones no lucrativas realizan a veces una subasta a mano alzada o una subasta a viva voz. Por ejemplo,

durante la recepción VIP—antes del evento principal—se puede invitar a los asistentes a participar en una subasta a mano alzada de artículos autografiados por la celebridad y de otras piezas similares. La subasta a mano alzada termina antes de la entrevista a una celebridad, y al finalizar esta última, los nombres de los ganadores de la subasta se anuncian en las pantallas de televisión cercanas al escenario. Los artículos autografiados deberán ir acompañados de los certificados de autenticidad.

Cuando se organiza una subasta a viva voz como parte de un gran evento, ésta debe realizarse al terminar la actividad principal. Los organizadores del evento deben tener observadores de ofertas distribuidos entre el público asistente para avisar al subastador cuando los invitados hagan sus ofertas. La subasta puede ser de un solo artículo, como una cena con una celebridad como invitado de honor. La institución puede haber definido con antelación los detalles de la reunión—por ejemplo, el lugar, el menú, los invitados, el espectáculo, el tema de discusión o el personaje que será invitado—o bien dejar la decisión al ganador de la subasta.

Un artículo para subastar que puede despertar mucho entusiasmo entre los asistentes y redituar más ganancias a la institución, es la oportunidad de participar en un acto deportivo. Por ejemplo, si el evento presenta como atracción a un deportista famoso, su equipo podría donar para la subasta el tiro del *volado* o el lanzamiento de la primera bola.

Los miembros del personal que conocen bien el manejo de caja deben encargarse de recibir los pagos de los objetos subastados, y sería conveniente que la institución filantrópica considere la posibilidad de invertir en un programa computacional para subastas, si éstas van a ser eventos permanentes para procurar fondos. También es necesario contar en la subasta con una caja y con bole-

tas para tarjetas de crédito para el pago de las compras.

VOLUNTARIOS

Los voluntarios pueden ser de gran ayuda en las subastas, colaborando en muy diversas tareas, entre ellas:

- *retirando y entregando los distintos artículos subastados a los postores ganadores*
- *actuando como observadores de ofertas durante la subasta a viva voz*
- *encargándose de la sesión de fotografías con la celebridad*
- *ayudando a decorar las mesas el día del evento*

Fiestas de Gala

Otro gran evento muy popular es la fiesta de gala, un acontecimiento social formal. Las fiestas de gala ofrecen a una institución no lucrativa un gran número de oportunidades para captar fondos. La institución obtendrá ganancias no sólo por la venta de los anuncios que se publiquen en los programas, los boletos, las mesas y los patrocinios, sino también puede aprovechar otras posibilidades para obtener fondos, como una subasta a viva voz o a mano alzada, una rifa o una venta de artículos diseñados especialmente para el evento, por ejemplo, carteles autografiados o centros de mesa.

El banquete, la decoración y el espectáculo, que generalmente se organizan en torno a un tema, son el secreto de una fiesta de gala memorable. En muchas de las fiestas de gala se contrata a una orquesta o a un grupo para amenizar el

REGLAMENTO DE RIFAS

Las rifas pueden generar buenos ingresos en un evento de procuración de fondos, pero es necesario informarse bien sobre las leyes del estado o la provincia. No todos los estados permiten realizar rifas, pero otros las autorizan cuando si se obtiene un permiso especial. Investigue si el reglamento de su estado o provincia permite hacer rifas.

baile, y se presenta otro tipo de espectáculo durante los descansos de los músicos. También es importante realizar el evento en un buen lugar, pues esto animará a la gente a asistir.

Para obtener una mayor utilidad neta en una fiesta de gala, es necesario conseguir patrocinadores que cubran los gastos principales. Tomando en cuenta el banquete *gourmet*, la costosa decoración, la música en vivo y las necesidades de personal, las fiestas de gala resultan más costosas que otros eventos especiales. Los patrocinios ayudarán a obtener el máximo provecho de una fiesta de gala, permitiendo que un mayor porcentaje de los fondos recabados se destinen a la institución en vez de a sufragar los gastos del evento.

Los multieventos ofrecen un gran número de oportunidades a los benefactores de la institución. Este tipo de eventos se realizan durante un periodo de dos a tres días, por lo general en fin de semana; los benefactores pueden optar entre comprar un boleto de admisión para uno o dos eventos, o para todos ellos.

Multieventos

Una idea que está en boga es realizar un evento de dos días llamado “la mesa mejor decorada,” para el cual se pide a decoradores de interiores, organizadores de fiestas y empresas de servicios para eventos especiales que suministren los accesorios necesarios y que decoren sus mesas, todas con el tema del evento. A cambio, se les da publicidad mencionando sus nombres y el de sus empresas en los programas. El evento principal es una comida donde los benefactores tienen la oportunidad de observar todas las mesas, bellamente decoradas, antes de sentarse a una de ellas.

Antes de la comida, se invita a los asistentes a participar en otros eventos pequeños, destinados también a procurar fondos para la institución. La víspera del evento principal, podría organizarse un

cóctel de exhibición que dé a los benefactores la oportunidad de observar las mesas decoradas mientras disfrutan de maravillosos bocadillos. En la mañana, antes de la comida, un técnico en jardinería o un floricultor conocido en el país podría dar una conferencia. El precio de los boletos para la exhibición podría ser de \$100 por persona; el de los boletos para la conferencia, \$35 por persona; en tanto que los boletos para la comida podrían ir desde \$75 por boleto hasta varios miles de dólares por el patrocinio de una mesa. Cuando se considera la cantidad de fondos que pueden obtenerse en un periodo de dos días, el costo por cada dólar recabado resulta muy bajo, por lo que éste es un evento de procuración de fondos que da muy buenos resultados.

IDEA PARA UN EVENTO

CELEBRACIÓN DEL ANIVERSARIO

Los multieventos para celebrar el aniversario de una institución no lucrativa generalmente tienen lugar durante un período de dos a tres días. Puede realizarse un evento informal la noche de un viernes, como una parrillada familiar—vendiendo los boletos en la entrada—seguida el sábado por una comida y una fiesta de gala en la noche. El apoyo para los eventos de aniversario provienen sobre todo de proveedores o de benefactores que tienen relación directa con la institución o con su causa, más que del público en general. Las celebraciones de aniversario son ocasiones de valor incalculable para fortalecer la base de la organización no lucrativa y unir más a los voluntarios, al personal y a la comunidad a la que sirven.

Elaboración del Plan para un Evento Especial

Para los responsables de llevar a cabo los planes, realizar un evento especial puede resultar agobiante—aunque divertido, si están bien organizados. Antes de empezar con proyectos para un evento especial, los miembros del personal de desarrollo deben reunirse con los coordinadores de los voluntarios para redactar un plan para el evento especial. Elaborar un plan permite al personal y a los voluntarios discutir sus expectativas respecto del evento y llegar a un consenso sobre cómo lograr esos objetivos. Al preparar la orden del día de las juntas para organizar el evento, el personal de la institución debe trabajar junto con los coordinadores de los voluntarios para definir los puntos básicos que se van a discutir. Usualmente, el presidente del evento preside las juntas, pero es indispensable incluir también al personal de la institución.

Para que el festejo se desarrolle sin contratiempos, el plan para el evento especial debe incluir lo siguiente:

1. El propósito principal del evento.

Si bien un evento puede beneficiar en muchos aspectos a una institución filantrópica, es necesario que el equipo organizador defina, y nunca pierda de vista, la razón principal por la que se realiza el evento, ya sea:

- ▶ procurar fondos para la institución
- ▶ dar mayor proyección a la institución
- ▶ llamar la atención hacia las necesidades de la institución

2. Las metas del evento

- ▮ ¿Cuál será la audiencia a la que irá dirigido el evento?
- ▮ ¿Cuántas personas se espera recibir en el evento?
- ▮ ¿Cuánto se cobrará por los boletos y las mesas? ¿Cuáles serán las categorías de mesas (por ejemplo, mesas de \$1.500, mesas de \$2.500 y mesas de \$5.000, y boletos personales de \$150, \$250 y \$500)?
- ▮ ¿Cuánto costará ser el patrocinador titular del evento (quizás \$25.000)? ¿Cuánto costará ser el patrocinador de la recepción VIP (posiblemente \$15.000)? También hay que decidir cuáles serán las contraprestaciones para los patrocinadores. Por ejemplo, al patrocinador titular del evento podría ofrecérsele publicar su nombre y logotipo en las invitaciones, y exhibir éstos durante la cena en las pantallas de televisión cercanas al escenario, tres mesas VIP para la cena y 30 pases para la recepción VIP. El patrocinador de la recepción VIP podría recibir dos mesas VIP para la cena y 20 boletos para la recepción VIP, en donde se exhibiría su anuncio publicitario (Véase en el Apéndice D un ejemplo de una solicitud de patrocinio).
- ▮ ¿Cuál es la meta económica que se pretende lograr con el evento? A fin de determinar una meta económica realista, hay que calcular el número de mesas que se espera vender de cada categoría, así como el número de boletos que se espera colocar. También es muy útil elaborar una lista de las empresas, fundaciones y personas a las que se va a solicitar apoyo financiero y la cantidad que se les pedirá que aporten.

3. El presupuesto del evento

- ▮ Todo evento exitoso requiere de un presupuesto para llevar el control de los gastos. En esta etapa se van a tomar decisiones

sobre desembolsos que repercutirán directamente en las ganancias netas que resulten del evento especial. Para preparar con mayor facilidad el presupuesto del evento, pueden utilizarse las siguientes hojas de trabajo.

GASTOS POR EL EVENTO

\$ _____ Costo del local. ¿Qué local se utilizará para el evento y cuánto cuesta rentarlo? Es importante elegir un local que tenga la capacidad adecuada para el número de asistentes que se espera tener. Un lugar demasiado amplio dará la impresión de que hubo muy poca concurrencia, pero tampoco es aceptable apiñar a los invitados en un espacio reducido.

\$ _____ Costo del servicio de banquetes. ¿Los alimentos y las bebidas estarán a cargo de proveedores asociados con el arrendador del local, o es necesario contratar a un proveedor? En algunos lugares permiten que el vino se compre en otro lugar y hacen un cargo por el descorche de cada botella que sirven. De cualquier forma, habrá que conseguir el presupuesto del banquete, que debe incluir el menú propuesto y los costos por otros servicios que se requieran.

\$ _____ Costo de personal de seguridad y de socorristas. ¿Qué otros requisitos establece el contrato de renta del local? ¿Hay que utilizar los servicios de determinada empresa de seguridad o de personal de primeros auxilios?

\$ _____ Costo de la constancia de cobertura de seguro. ¿El local exige constancia de cobertura de seguro? ¿Si no se tiene el seguro adecuado, cuánto costará adquirirlo?

\$ _____ Costo de los adornos para la decoración. ¿Qué clase de adornos se utilizarán y cuánto cuestan?

\$ _____ Costo del espectáculo. ¿Se contratará a un grupo musical o a un artista para el evento? ¿Hay costos relacionados, por ejemplo, para el equipo?

\$ _____ Costo de renta del equipo audiovisual. ¿Cuánto costará alquilar el equipo electrónico y de sonido a una empresa de equipo audiovisual?

\$ _____ Costo de las fotografías. ¿Se contratará a un fotógrafo profesional o se pedirá a miembros del personal que tomen las fotografías durante el evento?

GASTOS POR EL EVENTO, SIGUE

\$ _____ Costo de estacionamiento o de traslado de los invitados. ¿Será necesario transportar a los invitados desde un estacionamiento lejano hasta el evento o habrá valet parking?

\$ _____ Costo de la carpa, instalaciones de sanitarios. Si el evento es al aire libre, es necesario prever estos gastos.

\$ _____ Costo de mesas y mantelería. Debe tomarse en cuenta la renta de mesas y de una hermosa mantelería, la cual es imprescindible en un evento de primera.

\$ _____ Costo del telón de fondo para el escenario. ¿Hay un cargo extra por el uso del escenario? ¿Se necesitarán cortinas de fondo para adornar el escenario?

\$ _____ Costo de los obsequios. ¿Cuánto se planea gastar en los obsequios para el homenajeadado? ¿Para el presidente del evento? ¿Para otras personas?

\$ _____ Costo de los obsequios para los invitados. ¿Habrán obsequios para los asistentes? ¿Los patrocinadores de mesas recibirán obsequios más costosos?

\$ _____ Costo de las invitaciones. ¿Qué tipo de invitaciones se enviarán a los invitados? El precio puede variar, dependiendo del tipo de papel, el número de hojas, el diseño o la tipografía.

\$ _____ Costo de envío por correo. ¿Cuánto costará enviar las cartas e invitaciones del evento? Si se planea enviar más de 1.000 invitaciones, sería conveniente averiguar el costo de contratar a una empresa preparadora de correo para que rotule y mande las invitaciones por correo. Las invitaciones deben enviarse por correo de primera clase, para asegurarse de que se entreguen a tiempo.

\$ _____ Costo de imprimir los programas y los carteles. Como en el caso de las invitaciones, el diseño y los materiales tienen que incluirse en el costo de la impresión de los programas y carteles.

\$ _____ Gastos varios. ¿Habrán que hacer otro tipo de gastos?

TOTAL estimado de gastos por el evento \$ _____

INGRESOS POR EL EVENTO

- \$ _____ *total estimado por venta de mesas*
- \$ _____ *total estimado por venta de boletos*
- \$ _____ *total estimado por donativos en efectivo*
- \$ _____ *total estimado por donativos en especie*
- \$ _____ *total estimado por venta de publicidad en los programas*
- \$ _____ *total estimado por venta de centros de mesa*
- \$ _____ *total estimado por venta de carteles del evento o boletos para la rifa*
- \$ _____ *total estimado por la subasta a mano alzada*
- \$ _____ *total estimado por la subasta a viva voz*
- TOTAL de ingresos estimados* \$ _____

UTILIDADES DEL EVENTO

- Total de ingresos estimados* \$ _____
- Total de gastos estimados* — \$ _____
- Utilidad TOTAL estimada* \$ _____

4. Coordinación de voluntarios

- ▶ ¿Cuántos voluntarios serán necesarios para llevar a cabo el evento?
- ▶ ¿Qué tipo de voluntarios se requerirán (tienen experiencia en eventos)?
- ▶ ¿Quién colaborará como presidente o como vicepresidentes del evento?
- ▶ ¿Debe nombrarse un presidente honorario?
- ▶ ¿Quiénes colaborarán en el comité anfitrión y cuáles serán sus responsabilidades?
- ▶ ¿Quiénes colaborarán en el comité directivo y cuáles serán sus tareas?

Mientras más voluntarios se consigán, mayores probabilidades habrá de que el evento tenga éxito. La ayuda de los voluntarios es de gran importancia; por una parte, colaboran para organizar un evento de primera categoría; por otra, su participación implica mayor apoyo económico para el evento. Reclutar como presidente del evento a una persona con experiencia es de primordial importancia, así como elegir voluntarios entusiastas para el comité directivo. El comité directivo, los principales organizadores y colaboradores en el evento, trabajan junto con los miembros del personal de desarrollo para llevar a cabo las tareas requeridas para realizar un evento memorable. Los miembros del comité directivo no sólo se encargan de las responsabilidades que conlleva el evento, sino además llegan a dedicar tanto a la organización del evento, que generalmente se convierten en colaboradores muy dedicados de la institución.

En el caso del comité anfitrión, cuyo propósito principal es dar publicidad al evento y encontrar posibles colaboradores, es importante nombrar a líderes bien relacionados de la comunidad. La institución filantrópica atraerá a nuevos donantes y patrocinadores si los invita a participar en la organización del evento. Conforme los miembros del comité anfitrión vayan promoviendo el evento, sus amigos, familiares y colegas comprarán boletos y mesas, convirtiéndose así en nuevos colaboradores. En muchos casos, hay también un presidente honorario del evento, una persona con una reputación intachable y ampliamente reconocida, a fin de despertar interés y atraer colaboradores.

Si las instituciones no lucrativas realizan un evento especial anualmente, por lo general el presidente del evento trabaja junto con un vicepresidente o “presidente electo”, quien será el encargado de dirigir el evento el siguiente año. De esta manera, cuando llega el momento de realizarlo, ya

se cuenta con alguien familiarizado con los requerimientos del evento.

5. Los últimos detalles del evento—la clave para un evento exitoso.

- ▶ Escoja el local.
- ▶ Seleccione un proveedor de servicios de banquetes.
- ▶ Planee el espectáculo o la atracción principal del evento. Éste podría ser el motivo que anime a la gente a ir al evento—el “factor ¡guau!”—así que sea creativo.
- ▶ Contrate al fotógrafo.
- ▶ Firme los contratos y pague los anticipos. Como se indicó en la lista de control de capacidades para realizar el evento, es necesario incluir estos fondos en el presupuesto del evento, o bien conseguirlos con un patrocinador.
- ▶ Seleccione el menú.
- ▶ Seleccione el tema del evento.
- ▶ Diseñe una estupenda invitación. Las invitaciones, elementos de primera importancia para que un festejo tenga éxito, preparan el ambiente adecuado e indican a los invitados la categoría del evento.
- ▶ Idee adornos sensacionales para decorar el evento. Una decoración extraordinaria contribuye a crear un ambiente especial y el escenario apropiado para atraer al público, ya que logra generar un “rumor” que corre rápidamente de boca en boca, generando mayor entusiasmo por el evento.
- ▶ Planee la presentación de las mesas para la cena. Escoja vistosos manteles y fundas para las sillas, y bonitos cubiertos, vajilla y cristalería. Una mesa bellamente decorada y obsequios originales o “bolsas con muestras” dejarán una impresión perdurable en los asistentes. Asegúrese de que los centros de

mesa tengan una altura que permita a todos los comensales conversar entre sí.

- ▶ ¿Cómo concluirá el evento? Una clausura memorable es muy importante, puesto que se desea que los invitados salgan del evento deseando que éste hubiera continuado más tiempo.

¡El evento será extraordinario si se presta atención minuciosa a todos los detalles!

Elaboración del Programa de Actividades para el Evento

Una vez redactado el plan, es necesario elaborar el programa de actividades para el evento. Esta herramienta de organización será la guía para llevar a cabo el evento de manera exitosa. Cuando se realiza por primera vez un evento anual, toma mucho tiempo organizarlo, pero los años subsiguientes, la organización generalmente resulta más sencilla. Los eventos anuales pueden llevarse al cabo con mayor eficiencia si se cuenta con personal competente y con voluntarios con experiencia. Sin embargo, es importante introducir cambios cada año en el evento, a fin de que no pierda novedad y continúe atrayendo concurrencia año tras año.

A continuación se presenta un ejemplo de un programa de actividades para un evento anual; este programa puede modificarse para adaptarse a las necesidades de cada institución.

PROGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL EVENTO

DOCE MESES ANTES DEL EVENTO

- Determinar el propósito del evento.*
- Definir la(s) meta(s) del evento.*
- Calcular el presupuesto para el evento y discutir la manera en que se cubrirán los gastos iniciales. (¿Se conseguirán patrocinadores que financien el evento o se venderán boletos o mesas para generar fondos para cubrir los gastos?)*
- Tomar las decisiones relativas a la coordinación de los voluntarios del evento.*

NUEVE MESES ANTES DEL EVENTO

- Designar al presidente del evento.*
- Designar al presidente honorario.*
- Elegir a la persona que se va a homenajear.*
- Designar al comité directivo del evento (voluntarios que ayudarán a organizar, procurarán fondos y trabajarán en el evento).*
- Designar al comité anfitrión del evento (voluntarios bien conocidos en la comunidad que apoyarán con sus nombres el evento, dándole mayor credibilidad, lo cual a su vez ayudará a captar más fondos en el evento).*
- Decidir si va a haber una subasta a viva voz o a mano alzada en el evento, o ambas.*
- Nombrar los comités para la subasta a viva voz y a mano alzada.*
- Mandar hacer papelería membretada para el evento, con los nombres del presidente, el presidente honorario y los miembros del comité anfitrión.*
- Fijar la fecha para el evento.*
- Reservar el local para el evento.*
- Decidir cuál va a ser la atracción principal y el espectáculo del evento.*
- Si se va a proporcionar alojamiento a los artistas o a los homenajeados, hacer las reservaciones de hotel.*
- Determinar el tipo de equipo de iluminación y audiovisual que se requiere para el evento, y escoger los proveedores de estos servicios.*
- Decidir si se va a ofrecer una recepción antes del evento para los patrocinadores, y cuándo se realizará.*
- Discutir a quiénes dirigirse para solicitar patrocinio para el evento, y decidir quién se encargará de entregar las solicitudes. Si se piensa pedir patrocinio a determinadas empresas o fundaciones, investigar cuáles son sus fechas límite para presentar las solicitudes de subvenciones.*
- Redactar las solicitudes de patrocinio.*
- Entregar las solicitudes de patrocinio para el evento a particulares, empresas y fundaciones.*

SEIS MESES ANTES DEL EVENTO

- Planear la decoración del lugar.*
- Determinar qué tipo de artículos se ofrecerán en la(s) subasta(s), así como las empresas, proveedores y personas que podrían donarlos. Enviar cartas o hacer visitas personales para solicitar estos artículos.*
- Firmar los contratos del local, del espectáculo, de renta de los equipos de iluminación y audiovisual.*
- Planear el menú del evento principal y el del evento previo (para los patrocinadores comerciales o no comerciales).*
- Conseguir la cotización del proveedor de banquetes.*
- Elaborar la lista preliminar de invitados, incluyendo empresas o fundaciones y los datos de las personas que ahí trabajan y que deben ser invitadas.*
- Pedir al presidente del evento y al comité directivo del evento que revisen la lista de invitados para ver si se requieren cambios en el nombre, estado civil, dirección, etc.*
- Conseguir las direcciones que faltan.*
- Registrar en la lista de invitados los nombres y las direcciones de personas, empresas y fundaciones que faltan, y hacer los cambios necesarios.*
- Obtener en firme los patrocinios no comerciales para el evento. Preguntar a los patrocinadores cómo desean que se mencionen sus nombres en las invitaciones, los programas y los boletines de prensa. Obtener copias de sus logotipos para los materiales para el evento.*
- Obtener en firme los patrocinios comerciales para el evento. Preguntar a los patrocinadores cómo desean que se mencionen sus nombres en las invitaciones, los programas y los boletines de prensa. Obtener copias de sus logotipos para las invitaciones, los programas, etc.*
- Empezar a solicitar los permisos, licencias y formularios necesarios (conforme a los reglamentos de cada municipio, estado o provincia), en caso de que se vaya a realizar una rifa durante el evento*
- Empezar a planear la cobertura por parte de los medios. (Véase en el Apéndice A el ejemplo de una lista de control de la publicidad para el evento).*

CUATRO MESES ANTES DEL EVENTO

- Diseñar las invitaciones y escoger el papel.
- Decidir si se darán obsequios a los asistentes al evento; de ser así, seleccionar los obsequios y hacer el pedido.
- Calcular el costo de los bienes y servicios que se va a proporcionar a cada asistente (para elaborar las cartas sobre la contribución *quid pro quo* y las facturas del evento).
- Redactar los boletines de prensa relativos al evento; incluir la lista de todos los patrocinadores del evento.
- Redactar las solicitudes de apoyo para las personas que posiblemente compren mesas para el evento, y pedir al presidente del evento que firme cada carta.
- Enviar por correo las solicitudes de apoyo, junto con los formularios para las reservaciones de mesas y de boletos (Véase en el Apéndice E el Formulario de Reservación para el Evento Especial).
- Preparar información para solicitar apoyo, incluyendo los datos necesarios para comprar o reservar boletos y mesas, y cargarla en el sitio en Internet de la institución.

TRES MESES ANTES DEL EVENTO

- Fijar la fecha con el presidente del evento para la degustación del menú para el evento.
- Pasar a recoger los artículos para la subasta.
- Mandar imprimir las invitaciones.
- Seleccionar un timbre postal para las invitaciones (ponerse en contacto con la oficina de correos para ver si tienen un timbre que refleje la misión de la institución o que se relacione con el tema del evento).
- Contratar al fotógrafo.

DOS MESES ANTES DEL EVENTO

- Asistir a la degustación del menú junto con el presidente del evento.
- Seleccionar el tipo de vino que se servirá.
- Seleccionar el tipo y el color de la mantelería.
- Seleccionar el tipo de materiales impresos que la institución va a tener para los asistentes. Decidir dónde se van a colocar, por ejemplo, sobre las mesas—cerca de cada cubierto—o en una mesa del vestíbulo.

CINCO SEMANAS ANTES DEL EVENTO

- Mandar por correo las invitaciones. Éstas deben enviarse por correo de primera clase para que sean entregadas a tiempo. (Tomar en cuenta las fechas de vacaciones del servicio de correos y las escolares, y enviar las invitaciones antes de las fechas de pago de facturas).

CUATRO SEMANAS ANTES DEL EVENTO

- Recibir los cheques y el efectivo por la compra de mesas y boletos.
- Enviar las cartas de agradecimiento y las facturas correspondientes a quienes adquirieron boletos y mesas (estas cartas incluyen la suma por los bienes y servicios suministrados—véase en el Apéndice C un ejemplo de la Carta sobre Contribución Quid Pro Quo).
- Empezar a asignar las mesas y los asientos de los invitados (puede hacerlo el personal de la institución en coordinación con los voluntarios).
- Preparar el guión para el evento y enviar un borrador al maestro de ceremonias y al homenajeado.
- Comprar los obsequios para el presidente del evento y para el homenajeado.
- Telefonar al proveedor de banquetes, al personal del local, a las empresas donde se alquiló el equipo de iluminación y el audiovisual, al florista, al hotel y al homenajeado, para discutir detalles pendientes y confirmar la hora del evento.
- Comprobar que los adornos estén listos.

TRES SEMANAS ANTES DEL EVENTO

- Preparar el programa y corregirlo (incluir a todos los patrocinadores, y a las personas o empresas a las que se dará agradecimiento especial, así como información sobre el homenajeado o el artista que se va a presentar).

DOS SEMANAS ANTES DEL EVENTO

- Enviar el programa a la imprenta.*
- Preparar el croquis de ubicación de las mesas.*
- Elaborar las tarjetas de mesa para cada invitado (“Su mesa es la No. 1”).*

UNA SEMANA ANTES DEL EVENTO

- Continuar asignando las mesas y asientos de los invitados.*
- Pedir al presidente del evento y a los directivos del evento que revisen la distribución de asientos (¿es necesario cambiar el lugar de algún(os) invitado(s) a fin de evitar problemas?).*
- Hablar con el coordinador de la decoración y el coordinador de la(s) subasta(s) para verificar el avance de sus actividades.*
- La organización no lucrativa se reúne con las personas encargadas del registro de invitados para el evento, para ponerlos al día sobre los detalles.*
- Enviar al fotógrafo el horario del evento y una lista de las personas que debe fotografiar.*

DÍA DEL EVENTO

- Preparar o instalar los equipos de iluminación y audiovisual.*
- Preparar las mesas y colocar los obsequios.*
- Colocar los adornos cuando los entreguen (voluntarios y personal de la institución).*
- Organizar los artículos para la subasta (miembros del comité de la subasta y personal de la institución).*
- Instalar las mesas de registro (personal de la institución).*
- Disponer los alimentos y las bebidas (servicio de banquetes).*
- Reunirse con las personas que van a colaborar en el evento, quienes deben llegar dos horas antes del evento.*
- ¡DIVERTIRSE!*
- Ordenar y limpiar el lugar después del evento.*

SEMANA POSTERIOR AL EVENTO

- Enviar cartas de agradecimiento a los donantes, las personas que compraron los artículos subastados, los patrocinadores, los voluntarios del evento y el homenajeado.*

Después de haber realizado el evento, no hay que olvidar los siguientes cometidos:

Hacer una visita a los principales donantes y a las personas que colaboraron en el evento para iniciar la verdadera labor de desarrollo de fondos.

Revisar las papeletas de oferta de la subasta para identificar donantes potenciales.

¡Empezar a planear el evento del próximo año!

**Medidas
Imprescindibles de
Seguimiento**

Colaboración con los Voluntarios del Evento

Los voluntarios juegan un papel fundamental en la organización de un evento exitoso, por ello es indispensable reclutar voluntarios realmente comprometidos con la institución no lucrativa y con su misión. A los voluntarios del evento se les pide que contribuyan generosamente con su tiempo y sus recursos económicos para ayudar a la institución a lograr sus metas, así que es importante que el personal colabore con ellos en todo lo que sea necesario.

Antes de reclutar voluntarios, el presidente del evento y el personal de desarrollo deben discutir cuántos se requieren y cómo van a participar en el evento:

- **¿Qué tipo de voluntarios se necesitan?**
- **¿Qué conocimientos o habilidades serán necesarios?**
- **¿Cuánto tiempo se pedirá a los voluntarios que dediquen al evento?**
- **¿Se pedirá a la organización no lucrativa que facilite voluntarios, o los coordinadores de los voluntarios los reclutarán para el evento?**
- **¿Cuántos voluntarios serán necesarios?**
- **¿Se contratará a organizadores de eventos?**

Una vez que se han respondido estas preguntas, se procede a reclutar voluntarios.

Hay muchas formas de reclutar voluntarios para un evento. Si el presidente del evento es una persona muy conocida en la comunidad, es posible que gente que lo conozca ofrezca voluntaria-

mente su tiempo para ayudar, generalmente porque ya han colaborado con él en otros eventos. El presidente del evento suele invitar a amigos o conocidos que tienen determinados conocimientos a que formen parte del equipo del evento, y otros miembros del equipo pueden recomendar a personas que quizás deseen colaborar. En algunas ocasiones, las empresas patrocinadoras asignan personal voluntario para que colabore en el evento. Otras veces, algunas personas se ofrecen como voluntarios para trabajar en el evento. El equipo de voluntarios del evento puede incluir muy distintos tipos de personas, pero es imperativo que todas compartan la misma visión respecto al evento.

Los directivos de la institución deben solicitar a su personal que presten servicios de apoyo al equipo de voluntarios. Normalmente, los miembros del personal institucional preparan la correspondencia, investigan direcciones, llevan la contabilidad y pagan las facturas del evento, acusan recibo de los fondos recibidos y de los artículos donados para la subasta, capturan los nombres para la lista de invitados y para el registro en el evento, y se encargan también de la(s) mesa(s) de registro durante el evento.

Es deber de la organización no lucrativa agradecer la colaboración de los voluntarios del evento. El reconocimiento puede expresarse en distintas formas:

Reconocimiento a los Voluntarios

- **Organizando un festejo de agradecimiento para los voluntarios en las semanas posteriores al evento.**
- **Obsequiando al presidente del evento un regalo durante el evento.**
- **Enviando flores a los voluntarios clave el día del evento.**

- **Enviando notas y tarjetas de agradecimiento a los voluntarios después del evento.**
- **Publicando en el periódico local un anuncio en el que se agradezca el apoyo de los voluntarios y de todos los patrocinadores del evento.**

¡Recuerde que nunca podrá agradecerles su ayuda lo suficiente!

En general, a la gente le agrada recibir reconocimiento en público. Una buena idea para reconocer el esfuerzo de los voluntarios es que el maestro de ceremonias presente a los miembros del comité anfitrión y del comité directivo durante el evento y les pida que se pongan de pie. Muchas organizaciones no lucrativas dan reconocimiento públicamente a los miembros del Consejo Directivo durante un evento especial. Si la institución no lucrativa, por ejemplo, trabaja en beneficio de los jóvenes de la comunidad, a los asistentes al evento les agrada ver que estos jóvenes participan en el reconocimiento público a los voluntarios. Esto puede hacerse de distintas maneras: los muchachos pueden dar lectura a un mensaje de agradecimiento o hacer entrega de obsequios a los miembros del equipo de voluntarios durante el evento, o bien, pueden escribir notas de agradecimiento, las cuáles se publicarán en los programas del evento.

Futuros Líderes

Un buen número de voluntarios mantienen su relación con la institución filantrópica después de celebrado el evento. En caso de que no estuvieran familiarizados con la institución antes de participar en el evento, ya se les ha proporcionado información sobre la misión y visión de la institución durante los preparativos. Los voluntarios pueden ser portavoces muy convincentes de las organizaciones no lucrativas, y muchas veces continúan dándoles apoyo filantrópico largo tiempo después de realizado el evento. En ocasiones, los volunta-

rios de un evento especial siguen participando muy activamente en la institución, y llegan a figurar a la larga como candidatos para el Consejo Directivo.

Los eventos especiales son parte fundamental de la procuración de donativos mayores ya que durante la organización y realización de estos eventos hay oportunidad de identificar y ocuparse de la gestión de los voluntarios y los colaboradores, así como de cultivar estas relaciones y solicitar donativos. Los voluntarios de los eventos especiales también pueden infundir mucho entusiasmo y empuje a las organizaciones no lucrativas, impulsándolas a un mayor nivel de desarrollo.

Sugerencias para Organizar un Magnífico Evento

● La diferencia entre un buen evento y un SUPER evento radica en los detalles! Hay cuatro aspectos a los que se debe prestar especial atención—los invitados, las mesas para la cena o la comida, el menú y el registro de los invitados al evento.

Invitados

Si los invitados sienten que han recibido atención especial y gratitud, seguirán apoyando a la organización no lucrativa. Una forma de lograr que los invitados se sientan especiales es tomarles fotografías durante el evento e incluir algunas de ellas en las publicaciones y en el sitio en Internet de la organización filantrópica. El personal institucional y los directivos del evento pueden proporcionar a un fotógrafo profesional contratado una lista de personas que es preciso fotografiar. También se puede asignar a algunos miembros del personal para que se encarguen de tomar fotos sorpresa a los invitados, a fin de que el presidente de la institución las incluya luego en sus cartas de agradecimiento.

Si los invitados tienen ciertas necesidades, como una dieta especial, acceso para silla de ruedas, etc., agradecerán mucho que se les avise previamente que se harán los arreglos necesarios para atenderlos durante el evento.

Asimismo, es importante que antes y durante el evento, se revise que los baños estén limpios y que hay suficiente jabón y toallas. Disponer sillas (a los lados) para quienes deseen sentarse durante un cóctel es también una forma de brindar atención a los invitados.

Un factor muy importante para crear un buen ambiente en un evento es la presentación de las mesas para la cena o la comida. Los manteles largos siempre hacen que las mesas luzcan elegantes y son la mejor opción, pero si el costo de rentarlos se sale del presupuesto, generalmente es posible rentar a mejores precios manteles más cortos y fundas para las sillas y dar así un toque de categoría. Los adornos ingeniosos en las mesas pueden hacer sonreír a los invitados, y no necesariamente tienen que ser costosos para ser atractivos. Si la institución filantrópica trabaja en favor de la juventud, se puede pedir a algunos de los jóvenes a quienes ésta atiende que elaboren los adornos. A menudo, éstos son tema de conversación, y además los centros de mesa pueden venderse para sumar fondos a los ingresos del evento.

Mesas para la Cena o la Comida

Otro bonito detalle que puede añadirse a las mesas son los menús individuales impresos. Si va a colocar tarjetas de mesa, lo mejor es rotularlas utilizando una computadora para evitarse molestias y gastos. A los invitados siempre les agrada recibir pequeños obsequios, y hay en el mercado varias ideas muy atractivas a bajo costo. Algunas empresas regalan a los invitados “bolsas con muestras”, las cuáles son muy populares en los eventos para damas, sobre todo cuando las muestras son de cosméticos y perfumes. Los chocolates a la menta envueltos en papel metálico y grabados con el logotipo de la organización no lucrativa son otro bonito detalle.

Cuando se esté planeando el menú para un evento especial, hay que escoger platillos que agraden a la mayoría de los invitados, y tomar en cuenta cuestiones de tipo religioso, cultural y médico. Siempre debe haber un platillo vegetariano para ofrecer a los invitados en caso de que lo pidan. Si se va a servir vino, debe ofrecerse también bebidas no alcohólicas. Si se sabe que un invitado sufre de

El Menú

diabetes, es buena idea ofrecer un plato con fruta en lugar de postre.

El Registro al Evento

Una buena organización es fundamental para que el registro al evento se realice con eficiencia. Los invitados van a agradecer que su registro sea rápido y sin contratiempos. Para que el trámite sea eficiente, cada uno de los miembros del personal institucional que atienden la mesa de registro para el evento debe tener tres listas:

- **una lista de invitados por orden alfabético (empezando por el apellido), con sus números de mesa**
- **una lista de las mesas numeradas, con los nombres del patrocinador de la mesa y de los invitados que se sentarán a cada mesa (véase Apéndice F)**
- **una lista de la categoría de las mesas (v.gr. cinco estrellas, cuatro estrellas) y de los invitados de cada mesa.**

Si los miembros del personal de la institución que atienden el registro cuentan con estas tres listas, podrán acomodar adecuadamente a cualquier invitado cuyo nombre no aparezca en la lista alfabética (por ejemplo, cuando alguna persona vaya a tomar el lugar de un invitado que a última hora no pudo asistir).

Los invitados también apreciarán que se les proporcione una tarjeta con la ubicación de su mesa, para indicarles dónde van a sentarse.

Es aconsejable tener el croquis de la ubicación de las mesas en un caballete cerca de la mesa de registro del evento; asimismo, los proveedores de banquetes pueden suministrar indicadores con números de mesa para que los invitados puedan encontrar fácilmente sus lugares. En cuanto los invitados tomen asiento, los meseros deben retirar los indicadores, para que no interfieran con los

centros de mesa. El registro para el evento y el acomodo de los invitados puede en ocasiones resultar complicado, de modo que hay que capacitar al personal para que se encargue de cualquier problema con tacto y cortesía.

Después de haber:

- **examinado las oportunidades que un evento especial puede ofrecer a su institución**
- **evaluado las capacidades de su institución para organizar un evento**
- **escrito el plan para el evento especial**
- **terminado el programa de actividades para el evento especial**
- **examinado las sugerencias para colaborar con los voluntarios del evento**
- **reflexionado sobre las sugerencias para organizar un magnífico evento.**

... están LISTOS para llevar a cabo un SUPER evento especial. Recuerden que su institución puede imprimir originalidad a un evento y volverlo especial. ¡Trabajen duro, organicense bien y diviértanse!

Apéndice A:

LISTA DE CONTROL DE LA PUBLICIDAD PARA EL EVENTO

LISTA DE CONTROL DE LA PUBLICIDAD

SEIS MESES ANTES DEL EVENTO

- Enviar por correo las tarjetas con la fecha del evento a todas las personas que figuran en la lista de invitados.*
- Comunicarse con el periódico o la cámara de comercio local para que publiquen el evento en el calendario de eventos de la comunidad.*

CINCO MESES ANTES DEL EVENTO

- Enviar a los medios de comunicación locales y a los de la ciudad natal del homenajeado un boletín de prensa para anunciar el evento y el nombre del homenajeado.*

CUATRO MESES ANTES DEL EVENTO

- Enviar por correo las cartas de solicitud de donativos para el evento a las personas que posiblemente compren mesas.*
- Enviar un boletín de prensa para anunciar el nombre de todos los patrocinadores del evento.*

TRES MESES ANTES DEL EVENTO

- Mandar hacer las mantas que van a colocarse en las calles, en las cuáles se anunciará el evento, incluyendo información sobre las personas encargadas de los boletos. (En las ciudades más pequeñas, es usual que el ayuntamiento conceda permiso, mediante una cuota, para colocar las mantas a lo ancho de las calles).*
- Comunicarse con las estaciones locales de radio y televisión para ver la posibilidad de que los directivos del evento se presenten en un programa matutino para anunciar el evento. Hay que programar esta presentación dos semanas antes del evento.*

SEIS SEMANAS ANTES DEL EVENTO

- Enviar por correo los catálogos de la subasta a todos los patrocinadores y a las personas que se desea que asistan al evento. El envío de los catálogos por anticipado despierta el interés en determinados artículos de la subasta, y con frecuencia atrae interesados en comprar mesas y boletos para el evento.*

CUATRO SEMANAS ANTES DEL EVENTO

- Comunicarse con los reporteros de eventos sociales del periódico local para que escriban un artículo sobre el futuro evento.*
- Colocar las mantas en las calles.*

DOS SEMANAS ANTES DEL EVENTO

- Los directivos del evento hacen publicidad del evento en programas de la radio y la televisión locales.*

SEMANA DEL EVENTO

- Pedir al periódico que envíe un fotógrafo de la sección de eventos sociales de la comunidad a cubrir el evento de procuración de fondos.*

SEMANA POSTERIOR AL EVENTO

- Enviar un boletín de prensa para anunciar que el evento tuvo éxito y la cantidad de fondos que se logró reunir. Si ya se tienen, anunciar las fechas del evento para el siguiente año.*

Apéndice B:

EJEMPLOS DE AUTORIZACIÓN DEL DONANTE PARA PUBLICAR SU NOMBRE Y CARTA DE AGRADECIMIENTO—CONFIRMACIÓN

Autorización para Utilizar el Nombre del Donante

Antes de publicar los nombres o fotografías de los donantes en las invitaciones y publicaciones para el evento, hay que asegurarse de conseguir su autorización. El siguiente es un ejemplo de un formulario de autorización que se puede utilizar.

_____ (nombre del donante), autorizo a _____ (nombre de la institución) para que publique mi nombre en las invitaciones, los programas o el material publicitario para el evento _____ (nombre del evento), que se realizará el _____ (fecha del evento).

Firma del donante

Fecha

Carta de Confirmación y Agradecimiento

Estimados Sr. y Sra. _____:

En nombre de _____ (nombre de la institución), quiero expresar nuestro sincero agradecimiento por su colaboración en nuestro próximo _____ (nombre del evento), que se celebrará el _____ (fecha del evento). Muchas gracias por su autorización para publicar su nombre en las invitaciones, los programas y el material publicitario para dicho evento.

Comuníquense por favor conmigo al _____ (número de teléfono) en caso de que tengan alguna duda o necesiten más información. Esperamos contar con su presencia el _____ (fecha del evento).

Atentamente,

(Su nombre)

Apéndice C:

EJEMPLO DE CARTA SOBRE CONTRIBUCIÓN QUID PRO QUO

Estimados Sr. y Sra. _____:

Muchas gracias por su colaboración en el Evento Mesa Mejor Decorada de los Gama en beneficio de los programas para los jóvenes del municipio _____.

Nuestros archivos indican que ustedes compraron una mesa de \$2.500,00 para colaborar en este evento. El valor justo de mercado de los bienes y servicios provistos por los Gama en relación con este evento es de \$56,70 por persona, lo que les da derecho a una deducción de impuestos de \$1.933,00 por su donativo.

Su generosidad y su colaboración en este evento, aunados a su interés, contribuyen a forjar la vida de nuestros jóvenes al apoyar sus esfuerzos personales y académicos. En nombre de los Gama, deseo expresarles nuestro sincero agradecimiento.

Atentamente,

(Nombre)

Presidente

Apéndice D:

EJEMPLO DE SOLICITUD DE PATROCINIO

El evento _____ (nombre del evento) de este año promete ser el más divertido que jamás haya organizado _____ (nombre de la institución).

Encabezando este evento estará _____ (nombre del deportista invitado), y los invitados tendrán la oportunidad de enterarse cómo _____ (nombre del equipo del deportista) obtuvo la victoria en la Serie Mundial cuando _____ (deportista invitado) sea entrevistado por el comentarista deportivo de prestigio mundial _____ (nombre) durante la cena.

Ante de la cena se ofrecerá una recepción VIP (para los donantes que hayan contribuido con \$2.500,00 o más para el evento). Las subastas a mano alzadas y a viva voz, en las cuáles se ofrecerán artículos conmemorativos relacionados con deportes, serán las atracciones principales de la noche.

Usted (o su empresa) puede ser uno de los principales patrocinadores de este divertido evento. Los detalles relativos al patrocinio y las contraprestaciones se enlistan a continuación. Comuníquese por favor con _____ (nombre del miembro del personal y número telefónico) para obtener más información.

Patrocinador Titular del Evento (\$25.000)

- ▶ Tres mesas en primera fila (10 invitados por mesa) para la cena.
- ▶ Treinta boletos para la recepción VIP (bebidas y bocadillos incluidos) con _____ (deportista invitado).

- ▶ Mención en la lista de patrocinadores titulares en las invitaciones para el evento.
- ▶ Fotografía en grupo tomada durante la recepción VIP, de _____ (deportista invitado) con los invitados de cada una de las mesas de los tres patrocinadores titulares del evento.
- ▶ Exhibición de su anuncio publicitario, con su mensaje o logotipo durante el evento en el área principal.
- ▶ Anuncio de una plana en los programas del evento.
- ▶ El maestro de ceremonias le agradecerá públicamente durante la cena, mientras el logotipo de su empresa se proyecta en la pantalla.

Patrocinador Titular de la Recepción VIP (\$15.000)

- ▶ Dos mesas en las filas intermedias (10 invitados por mesa) para el evento
- ▶ Veinte boletos para la Recepción VIP con _____ (deportista invitado).
- ▶ Mención en la lista de patrocinadores titulares de la Recepción VIP en las invitaciones para el evento.
- ▶ Fotografía en grupo tomada durante la recepción VIP de _____ (deportista invitado) con los invitados en cada una de las mesas de los patrocinadores titulares de la recepción.
- ▶ Exhibición de su anuncio publicitario, con su mensaje o logotipo, durante la Recepción VIP.
- ▶ Anuncio de media plana en los programas del evento.

Patrocinador de Mesa (\$5.000)

- ▶ Una mesa en primera fila (10 invitados) para el evento.

- ▶ Diez boletos para la recepción VIP con _____ (deportista invitado).
- ▶ Mención en la lista de patrocinadores de mesa en las invitaciones para el evento.
- ▶ Fotografía en grupo con _____ (deportista invitado) durante la recepción VIP.
- ▶ Anuncio de un cuarto de plana en los programas del evento.

Patrocinador de Mesa (\$2.500)

- ▶ Una mesa en las filas intermedias (10 invitados) para el evento.
- ▶ Diez boletos para la recepción VIP con _____ (deportista invitado).
- ▶ Mención en la lista de patrocinadores de mesa en las invitaciones para el evento.
- ▶ Fotografía en grupo con _____ (deportista invitado) durante la recepción VIP.
- ▶ Anuncio de un octavo de plana en los programas del evento.

Patrocinador de Mesa (\$1.500)

- ▶ Una mesa en las últimas filas (10 invitados) para el evento.
- ▶ Admisión a la recepción general en el vestíbulo.
- ▶ Mención en la lista de patrocinadores de mesa en las invitaciones para el evento.

Boletos (\$500, \$250 y \$150)

- ▶ Lugares en las últimas filas para el evento.
- ▶ Admisión a la recepción general en el vestíbulo.

Apéndice E:

EJEMPLO DE FORMULARIO PARA RESERVACIONES PARA EL EVENTO

LOGOTIPO del Evento
Fecha del Evento

Nombre _____

Dirección _____

Ciudad _____ Estado _____ C.P. _____

Número de teléfono _____

Dirección de correo electrónico _____

Nombre, tal como debe aparecer en los programas _____

Sírvanse reservar lo siguiente:

_____ mesa(s) de \$5.000 _____ boleto(s) de \$500

_____ mesa(s) de \$2.500 _____ boleto(s) de \$250

_____ mesa(s) de \$1.500 _____ boleto(s) de \$150

(Cada mesa es para 10 personas. Anote por favor en el reverso los nombres de las personas que asistirán).

No me es posible /No nos es posible asistir. Sírvanse aceptar nuestro donativo de \$ _____ .

Adjunto _____ para mi(s) boleto(s)-mesa(s).

El pago de las reservaciones puede realizarse mediante:

cheque a favor de _____ (nombre de la institución), o

tarjeta de crédito. Los autorizo a cargar en mi tarjeta Visa, Master-Card o American Express (encierra en un círculo, por favor) la cantidad de \$_____. El número de mi tarjeta de crédito es _____. La fecha de vencimiento es _____.

Envíe por favor este formulario y su pago a _____ (dirección de la organización no lucrativa). Para obtener más información sobre el evento, sírvase comunicarse al _____ (número de teléfono) o escribir a _____ (dirección de correo electrónico).

Apéndice F:

EJEMPLO DE FORMULARIO PARA ASIGNAR MESAS Y ASIENTOS

FORMULARIO Y LISTA DE CONTROL PARA ASIGNAR MESAS Y ASIENTOS

<i>No. DE MESA</i>	<i>NOMBRE DE LA MESA/ INVITADOS</i>	<i>CATEGORÍA DE MESA</i>	<i>CONFIRMADA</i>
1	<i>Almacenes Pérez</i> <i>Juan Pérez.</i> <i>Diana Pérez</i> <i>Josefa Pérez</i> <i>Leonardo Pérez</i> <i>Gabino Pérez</i> <i>Susana Pérez</i> <i>Roberto Pérez</i> <i>Catalina Pérez</i> <i>Juan Daniel Pérez.</i> <i>Teresa Pérez</i>	<i>\$5.000</i>	<i>Sí</i>
2	<i>Accesorios de Cocina</i> <i>Alberto Ramírez</i> <i>Corina Ramírez</i> <i>José Alberto Ramírez</i> <i>Gilberto Ramírez</i> <i>Juan Ramírez</i>	<i>\$2.500</i>	<i>No</i>
3	<i>Boleto personal</i> <i>Jaime Pérez</i>	<i>\$150</i>	<i>Sí</i>

Apéndice G:

PREGUNTAS MÁS FRECUENTES DEL ORGANIZADOR DE EVENTOS

P ¿ Cuando los donantes han comprado un boleto o una mesa para un evento especial, cómo se les debe notificar cuál es la cantidad que puede deducir de sus impuestos por concepto de su donativo?

R. Esto puede hacerse cuando la organización filantrópica escribe las cartas para agradecer a los donantes por sus contribuciones. En su carta, puede indicar el valor justo de mercado de los bienes y servicios suministrados en relación con el evento (el costo de todo lo que los donantes recibieron, como alimentos, bebidas, etc.), y señalar además que tienen derecho a una deducción de impuestos, la cual asciende a la cantidad donada menos los bienes y servicios provistos.

MANTÉNGASE AL DÍA SOBRE LOS REGLAMENTOS DEL IRS

Para obtener información sobre las modificaciones más recientes a las leyes fiscales relativas al valor justo de mercado, contribución quid pro quo, etc., consulte la sección Charities and Nonprofits, en el sitio de Internet del IRS, www.irs.gov, o bien asesórese con un fiscalista.

En el caso de las personas que radican fuera de los Estados Unidos de América, deben dirigirse al organismo regulador apropiado de su país, o asesorarse con un fiscalista.

P. ¿Qué se considera quid pro quo?

R. El Internal Revenue Service define una contribución filantrópica quid pro quo como “un pago que realiza un donante a una organización filantrópica en parte como donativo y en parte por concepto de bienes o servicios.” Las organizaciones no lucrativas deberán

declarar al IRS cuando reciban una contribución quid pro quo de \$75,00 o más. Consulte el sitio de Internet del IRS, www.irs.gov, para obtener más información. Véase en el Apéndice C el ejemplo de una carta sobre la contribución quid pro quo.

P. ¿Con cuántos artículos se debe contar en una subasta a viva voz?

R. En general, lo más recomendable es tener cuatro o cinco artículos para poder mantener la atención de la audiencia.

P. ¿Cuánto es apropiado gastar en el servicio de banquetes para un evento especial?

R. Tome en consideración el tipo de evento que va a realizarse, la meta económica y los gastos generales previstos para el evento. Los organizadores del evento necesitan encontrar el término medio, realizar un bonito evento, pero nada demasiado ostentoso que haga que los donantes cuestionen el derroche que hace la organización. Recuerde, hay que estar atento al costo por cada dólar recabado.

P. ¿Cuál es la norma o la ley relativa a las rifas?

R. Los organizadores del evento deben consultar con las autoridades locales y estatales cuáles son los trámites legales necesarios para realizar una rifa. En EUA, algunos estados exigen que usted se dirija a la Fiscalía General del estado.

P. ¿En una cena con asientos asignados, dónde se debe sentar a los invitados que han comprado boletos personales?

R. Las personas deben acomodarse de acuerdo con el precio del boleto adquirido. Por ejemplo, a los invitados que tengan boletos del mismo precio se les conducirá a las mismas mesas en la misma área, las personas con

boletos de mayor precio obtendrán los mejores lugares del salón.

P. En algunas ocasiones, a los anfitriones de la mesa no les es posible utilizar todos los asientos de sus mesas y desean que la institución filantrópica ocupe los lugares restantes. ¿Cómo debe manejarse esto?

R. La mejor forma de encargarse de esto es dejar que los anfitriones de la mesa den el visto bueno a las personas que compartirán su mesa.

P. ¿Cómo se puede realizar la venta de los adornos o los centros de mesa durante el evento?

R. Una forma sencilla de hacerlo es colocar cerca del centro de mesa un sobre con la leyenda impresa: “Si desea comprar este centro de mesa, por favor deposite \$25 en este sobre; nuestro personal recogerá el sobre al terminar el evento. Gracias por su colaboración.”

P. ¿Qué tipo de obsequio debe hacerse al homenajeado?

R. Hable con la familia o con amigos cercanos del homenajeado para decidirse por un regalo que pueda agradarle. Pregunte sobre los pasatiempos del homenajeado o infórmese sobre las áreas que más le interesan, para obtener algunas ideas

P. ¿Cómo se fija el precio de salida de los artículos de la subasta a mano alzada?

R. La mayor parte de los artículos para la subasta son donados, así que sería conveniente que averigüe su precio con los donantes. Por lo regular, el precio de salida del artículo se fija al 50 por ciento de su valor, y el comité de la subasta debe fijar los incrementos de oferta. Por ejemplo, la puja empieza en \$50,00, con incrementos de oferta de \$50,00.

Q. ¿Cómo se da uno cuenta de que su evento especial anual ha perdido novedad? ¿Qué debe hacerse para innovarlo?

R. Varios hechos indican que un evento ha perdido novedad —la asistencia disminuye significativamente, las cantidades totales captadas se reducen en comparación con años anteriores, reclutar directivos para el evento resulta difícil y ya no hay entusiasmo en torno al evento. Para reorganizarse, reúnanse con los presidentes de eventos anteriores para agradecerles por su liderazgo en el pasado. Consiga su ayuda para dar un nuevo giro al evento del siguiente año, para reclutar un líder destacado de la comunidad como presidente del evento y para generar entusiasmo en torno al evento de nuevo cuño.

LA AUTORA

Betsy B. Clardy, CFRE, es gerente de Desarrollo y Relaciones con Egresados en la Texas Lutheran University, en Seguin, Texas; ha desempeñado este puesto en su alma mater desde el año 2001. Anteriormente colaboró como directora regional de donativos mayores en el University of Texas M. D. Anderson Cancer Center, en Houston, Texas.

Durante los últimos 25 años, Betsy ha participado en iniciativas para procurar fondos en beneficio de diversas organizaciones no lucrativas, y cuenta con experiencia en todos los aspectos de desarrollo de recursos, desde campañas generales hasta eventos especiales, pasando por trabajo con voluntarios. En el transcurso de los años, ha tenido la oportunidad de impartir talleres en conferencias internacionales, nacionales y regionales.

A lo largo de su carrera, ha sido miembro activo de la AFP y ha disfrutado su trabajo como voluntaria para diferentes organizaciones no lucrativas.

Código de principios éticos y estándares de ejercicio profesional de la AFP



DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS ÉTICOS

Adoptado en 1964; modificado en octubre de 2004

La Association of Fundraising Professionals (AFP) existe para promover el desarrollo y el crecimiento de los profesionales y de la profesión de fundraising, fomentar estándares éticos elevados en la profesión de fundraising y preservar y aumentar la filantropía y el trabajo voluntario.

Los miembros de la AFP se encuentran motivados por un impulso interno a mejorar la calidad de vida a través de las obras que realizan. Ellos cumplen con el ideal de la filantropía; están comprometidos con la preservación y el aumento del trabajo voluntario y manejan estos conceptos como principio primordial de sus vidas profesionales. Reconocen su responsabilidad de asegurar que se busquen los recursos necesarios en forma enérgica y ética, y que se cumpla la intención del donante con honestidad. Para cumplir con estos objetivos, los miembros de la AFP adoptan determinados valores que se esfuerzan por mantener al llevar a cabo sus responsabilidades para generar apoyo filantrópico.

Los miembros de la AFP aspiran a:

- ejercer su profesión con integridad, honestidad, sinceridad y cumplimiento de la obligación absoluta de salvaguardar la confianza pública;
- actuar de acuerdo con los estándares y las visiones más elevadas de su organización, su profesión y su conciencia;
- ubicar a la misión filantrópica por encima de los beneficios personales;
- inspirar a otros a través de su propio sentido de dedicación y gran determinación;
- mejorar sus conocimientos y aptitudes profesionales, de manera tal que su desempeño beneficie más a otras personas;
- mostrar preocupación por los intereses y el bienestar de las personas involucradas en sus acciones;
- valorar la privacidad, la libertad de elección y los intereses de las personas involucradas en sus acciones;
- promover la diversidad cultural y los valores pluralistas, y tratar a todas las personas con dignidad y respeto;
- ratificar, mediante su entrega personal, el compromiso con la filantropía y su rol en la sociedad;
- cumplir con el espíritu y la letra de todas las leyes y reglamentaciones aplicables;
- defender, dentro de sus organizaciones, el cumplimiento de todas las leyes y reglamentaciones aplicables;
- evitar hasta el mínimo indicio de delito o conducta profesional indebida;
- dar crédito a la profesión de fundraising a través de su comportamiento público;
- alentar a que sus colegas adopten y pongan en práctica estos principios y estándares éticos de ejercicio profesional; y
- estar al tanto de los códigos de ética sancionados por otras organizaciones profesionales al servicio de la filantropía.

ESTÁNDARES DE EJERCICIO PROFESIONAL

Además, al mismo tiempo que se esfuerzan por actuar de acuerdo con los valores antes mencionados, los miembros de la AFP aceptan acatar los Estándares del Ejercicio Profesional de la AFP, que se adoptan e incorporan al Código de Principios éticos de la AFP. Los miembros pueden quedar sujetos a sanciones disciplinarias, incluida la expulsión, en caso de violación de los Estándares, conforme a los Procedimientos de Cumplimiento de ética de la AFP.

Obligaciones profesionales

1. Los miembros no deben participar en actividades que perjudiquen a la organización, a los clientes o a la profesión de los mismos.
2. Los miembros no deben participar en actividades que impliquen un conflicto con sus obligaciones fiduciarias, éticas y legales para con sus organizaciones y clientes.
3. Los miembros deben divulgar eficazmente todos los conflictos de intereses posibles y reales; dicha divulgación no descarta ni implica una grave falta ética.
4. Los miembros no deben aprovechar su relación con un donante, candidato, voluntario o empleado para beneficio de los miembros o de sus organizaciones.
5. Los miembros deben cumplir con todas las leyes civiles y penales locales, estatales, provinciales y federales aplicables.
6. Los miembros reconocen sus límites personales de competencia y son sinceros y veraces acerca de su experiencia y capacitación profesional.

Solicitud y usos de fondos filantrópicos

7. Los miembros deben ocuparse de asegurar que todos los materiales para la solicitud de fondos sean exactos y reflejen adecuadamente la misión y uso de los fondos solicitados por su organización.
8. Los miembros deben ocuparse de asegurar que los donantes reciban asesoramiento informado, exacto y ético sobre los valores y las implicaciones impositivas de las contribuciones.
9. Los miembros deben ocuparse de asegurar que las contribuciones se usen de acuerdo con las intenciones de los donantes.
10. Los miembros deben ocuparse de asegurar la administración apropiada de las contribuciones filantrópicas, incluida la presentación de informes oportunos acerca del uso y manejo de dichos fondos.
11. Antes de modificar las condiciones de las contribuciones, los miembros deben obtener el consentimiento explícito de los donantes.

Presentación de información

12. Los miembros no deben divulgar información privilegiada o confidencial a terceros no autorizados.
13. Los miembros deben cumplir con el principio que indica que toda información para el donante y el candidato creada por una organización, o en su nombre, es propiedad de dicha organización, y no debe ser transferida ni utilizada salvo en nombre de la misma.
14. Los miembros deben otorgarle a los donantes la oportunidad de que sus nombres sean eliminados de listas que se venden, alquilan o intercambian con otras organizaciones.
15. Al declarar los resultados de fundraising, los miembros deben usar métodos de contabilidad exactos y coherentes con las pautas adecuadas adoptadas por el American Institute of Certified Public Accountants (AICPA)* para el tipo de organización involucrada. (* En países fuera de los Estados Unidos, se registrarán por una autoridad similar).

Compensaciones

16. Los miembros no deben aceptar compensación alguna sobre la base de un porcentaje de las contribuciones, ni deben aceptar comisiones.
17. Los miembros pueden aceptar una compensación basada en su desempeño, tales como bonificaciones, siempre que dichas bonificaciones estén de acuerdo con las costumbres vigentes dentro de las propias organizaciones de los miembros, y no estén basadas en un porcentaje de las contribuciones.
18. Los miembros no deben pagar comisiones, ni retribuciones o compensaciones porcentuales sobre la base de las contribuciones, y deben ocuparse de disuadir a sus organizaciones de realizar dichos pagos.

DECLARACIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS DONANTES

LA FILANTROPÍA se basa en actos voluntarios dirigidos al bien común. Es la tradición de dar y compartir, que es de vital importancia para mantener y mejorar la calidad de vida. Para garantizar que la filantropía cuente con el respeto y la confianza del público general; y que tanto los donantes como los prospectos puedan tener plena confianza en las organizaciones no lucrativas y en las causas para las cuales solicitan su apoyo, declaramos que los donantes tienen los siguientes derechos:

I.

A que se les informe sobre la misión de la organización, la manera en la que ésta planea utilizar los recursos donados, y su capacidad para utilizar los donativos de una manera eficaz, y para los fines previstos.

II.

A que se les informe sobre quienes colaboran en el Consejo Directivo de la organización, y a esperar que estas personas cumplan con prudencia su responsabilidad de administrar los donativos.

III.

A tener acceso a los estados financieros más recientes de la organización.

IV.

A que se garantice que sus donativos se destinarán a los fines para los que fueron donados.

V.

A recibir el agradecimiento y el reconocimiento debidos.

VI.

A que se les garantice que la información acerca de sus donativos se manejará apropiadamente y respetando la confidencialidad, conforme a lo dispuesto por las leyes.

VII.

A esperar que las relaciones con los representantes de las organizaciones de su interés sean de carácter profesional.

VIII.

A que se les informe si las personas que les solicitan donativos son voluntarios, empleados de la organización, o procuradores de fondos contratados.

IX.

A que se excluya su nombre de las listas de correo que la organización tenga la intención de compartir con otras organizaciones o individuos.

X.

A tener absoluta libertad de hacer preguntas en cuanto a sus donativos, y a recibir respuestas inmediatas, honestas y directas.

REDACTADO POR

ASSOCIATION FOR HEALTHCARE PHILANTHROPY (AHP)

COUNCIL FOR ADVANCEMENT AND SUPPORT OF EDUCATION (CASE)

ASSOCIATION OF FUNDRAISING PROFESSIONALS (AFP)

GIVING INSTITUTE: LEADING CONSULTANTS TO NON-PROFITS

Solicite la Serie de consulta rápida de la AFP

Folletos informativos sobre temas importantes de recaudación de fondos ¡que usted puede usar hoy mismo!

- **Creando su Departamento de Desarrollo**
Disponible en español y francés y inglés.
- **Preparándose para una Campaña Capital**
Disponible en español y inglés.
- **Cómo Recibir a un Director de Desarrollo**
Disponible en español y inglés.
- **Pasos para Tener Éxito al Solicitar Donativos Mayores**
Solo disponible en inglés
- **Integrando un Consejo Directivo Eficiente**
Disponible en español y inglés.
- **Procuración de Donativos Mayores**
Disponible en español y inglés.
- **¿Así que Quieres ser un Consejero para Recaudar Fondos?**
Solo disponible en inglés.
- **Logrando lo Máximo de Tu Evento Especial**
Disponible en español y inglés.
- **Desarrollando Pólizas y Procedimientos en Procuración**
Solo disponible en inglés.



www.afpnet.org