

¿CÓMO PEDIR DINERO?

Ya sea en un evento con posibles donantes, en una llamada telefónica o en redes, ¿cómo pides dinero? Un [plan de financiamiento](#) te permitirá organizar **cuánto, cuándo y cómo** vas a obtener dinero. Lo que ahora vamos a ver es cómo asegurarte que esas actividades sean efectivas y saber qué vas a decir para convencer a las personas de que vale la pena donar dinero a tu campaña.



En general, toma en cuenta:

- Si tu campaña va a depender de manera importante en donativos, debes incluirlo en la estrategia de comunicaciones. De alguna u otra forma, deberás hablar sobre cómo tu campaña se está construyendo a muchas manos y lo importante que son los donativos. También puedes visibilizar, de forma sutil, en eventos o redes sociales en qué se está usando el dinero.
- Siempre que pidas dinero, la persona del otro lado se estará haciendo estas preguntas: ¿Quién eres y qué has logrado? ¿Por qué te van a financiar? ¿Para qué quieres el dinero? ¿Qué es lo que te propones a hacer?
- Pequeños detalles le darán un toque especial al ejercicio de captación. Por ejemplo, un lindo folleto en donde cuentas sobre tu proyecto, tu presupuesto y explicas para qué necesitas el dinero, correos personalizados para quienes donan, alguna especie de reconocimiento (diploma, pluma, chapita).



En el sitio web, correo electrónico y redes sociales

Mensaje planificado y claro. Ningún llamado a la acción, mucho menos una donación, funciona si no hay contexto y construcción narrativa. Es decir, no servirá de mucho si un día haces una publicación aislada en tus redes llamando a las personas a donar. En cambio, puedes planear un plan de contenidos simple y barato, con mensajes claros a lo largo de varias semanas. Por ejemplo, puedes hablar sobre el recurso limitado que recibiste de tu partido, visibilizar que tu equipo está haciendo mucho con poco o contarle a las personas cuánto está costando tu campaña (acá la transparencia jugará de tu lado). Y claro, debe haber contenidos en donde pidas dinero de forma muy clara y concreta y expliques cuáles son los pasos a seguir para donarte.

Segmentación de públicos. Siempre debes saber con quién estás hablando, y en el contexto digital tenemos la oportunidad de segmentar públicos de forma que nuestro mensaje llegue de forma más eficiente a quien debe llegar. Por ejemplo, tiene sentido hacer una publicación y dirigirla a quienes constantemente interactúan en tus redes, o enviar correos a las personas que siempre abren los mensajes que les mandas.

Pide con fecha límite. Tratándose de redes sociales o de correo, en donde le hablas a muchas personas al mismo tiempo, es importante que el llamado a la urgencia sea muy claro. Inclusive puedes encontrar formas creativas para hacerlo. Ejemplos:

» “La próxima semana queremos ir a visitar las comunas rurales X y X, pero el viaje cuesta XXX y aún no logramos el recurso suficiente para financiarlo. ¡Haz tu donativo antes del miércoles para que alcancemos a llegar a todos los rincones del distrito!”.

» “¡Estrenamos comité de campaña! Ayúdanos a pagar los costos de amueblarlo y hacer del espacio un lugar de encuentro y trabajo para el equipo y las voluntarias.”

Organización. Si decidiste que en tu página web habrá un botón con un vínculo para registrarte si quieres donar, asegúrate de que haya una persona responsable por contactar y darle seguimiento a las personas que se registren ahí. Aunque sea tentador, no abras canales que no serás capaz de gestionar después.

En tus llamadas

» Agenda de forma prioritaria espacios en la agenda de la candidata para que haga las llamadas que debe realizar a posibles donantes.

» Asegúrate de que el equipo de captación de fondos tenga una base de datos actualizada y priorizada para saber a quién debe llamar primero la candidata.

» Antes de marcar, debes saber qué y cuánto estás pidiendo a esa persona.

» Prepara una lista de puntos que debes mencionar. No olvides, la persona del otro lado se está preguntando: ¿Quién eres y qué has logrado? ¿Por qué te van a financiar? ¿Para qué quieres el dinero? ¿Qué es lo que te propones a hacer?

» Toma notas y regístralo en tu hoja de excel. “Va a donar en dos semanas. Volver a llamarle”, “No va a donar porque se decepcionó de tu postura sobre X tema. No volver a llamarle”, “Va a donar 1.000.000. Enviarle las informaciones”, “Tiene un amigo que está interesado en donar. Su celular es XXXX”.

» Después de la llamada, asegúrate de dar seguimiento y no tardes en enviar la información que te pidieron.

» Si te encuentras con una persona interesada pero indecisa, asegúrate de tener algo que enviarle. Por ejemplo, puedes compartirle un folleto con información básica de la campaña y datos sobre para qué necesitas el dinero.

» Pide recomendaciones de personas que podrían estar dispuestas a donar. Si alguien ya te donó, lo más seguro es que conoce a alguien que puede realizar otra donación.

BIO.



Im.pulsa: Es una plataforma en línea, abierta y gratuita para conectar, capacitar e inspirar a las mujeres en la política en América Latina, ayudándolas a superar desafíos y a producir campañas políticas vencedoras. Ofrece formación política para mujeres a través de productos prácticos con un lenguaje accesible y afectivo, hecho por y para mujeres.