



CHARLA “Compartiendo más de 40 años de aprendizajes”:

Coaniquem y Hogar de Cristo sobre sostenibilidad financiera

Benjamín Parro, Gerente de la Fundación de Coaniquem, y Mateo Ballivián, Director de Desarrollo del Hogar de Cristo, compartieron sus estrategias para contar con operaciones saludables y sostenibles, diversificando riesgos y captando socios de manera eficaz.



Coaniquem: diversas líneas de ingreso

La Corporación de Ayuda al Niño Quemado ha ayudado a 145.000 pacientes en sus 45 años de vida. Diversificar el riesgo, a través de distintos programas que generan recursos, y evitando la dependencia de solo uno de ellos, es una de las maneras.



ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD FINANCIERA

- **Programa de diálogo directo:** la mayoría de los socios se identifica con la causa de Coaniquem porque, a través de un cercano, les ha tocado conocer su impacto. (40% de los ingresos totales).
- **Tiendas solidarias:** modelo que replicaron de tiendas similares en Estados Unidos. (20% de los ingresos totales).
- **Convenio con Minsal:** para rehabilitación de personas asociadas a FONASA. (25% de los ingresos totales).
- **Campañas y colecta nacional:** con foco en visibilizar y difundir el impacto de Coaniquem.
- **Otros:** como la Alianza con Cristalerías Chile para el reciclaje de vidrios.

RECOMENDACIONES PARA ORGANIZACIONES:

- Los **programas y actividades** de la organización deben estar **alineados al propósito**.
- **Entender quién es el donante**, para planificar cómo desarrollar una propuesta atractiva.
- **Buscar qué y cómo lo hacen otras organizaciones**, ya que las buenas ideas pueden replicarse. “No hay que inventar la rueda”, asegura Benjamín Parro.
- **Buscar alianzas y convenios** con entidades que se identifiquen con el mismo propósito y/o quieran impactar en el mismo grupo objetivo.
- **Agradecer cada aporte** y dar visibilidad de lo que se hace con el mismo, así como lo que podría hacerse con más.

Hogar de Cristo: los socios son clave

Desde la organización de más de 80 años de existencia, aseguran que una estrategia de captación de socios debe comenzar por la necesidad financiera de la organización, planteada en términos de cuánto se quiere levantar y a qué plazo.

Por otra parte, plantean que un modelo con socios que donan de forma recurrente, tiene rentabilidades a largo plazo y riesgo bajo, ya que no centra ingresos en un único donante. ¡Empezar YA!



RECOMENDACIONES PARA ORGANIZACIONES:

Para aumentar la base de contactos, el plan debe considerar:

- Espacios para **dar visibilidad y generar redes**, para darse a conocer.
- Identificar y listar **potenciales nuevos contactos**, de empresas, personas, organizaciones internacionales, etc.
- Buscar **crecer** en las alianzas con donantes actuales o pasados.
- Mantener **contacto constante con los donantes actuales**, mostrándoles los resultados de sus aportes.
- **Perseverancia**: “La construcción de relaciones es un deporte de 18 meses”.
- **Desarrollar un mensaje claro y preciso**: para poder relatar en 15 segundos lo que hace la organización, cómo lo hace y para qué lo hace.
- **Pedir**: Una organización que no pide, no transmite necesidad
- **Invertir recursos**: no se generarán ingresos sin incurrir en gastos asociados a ello.

HACER UNA PROYECCIÓN QUE CONTEMPLE:

- Monto a recaudar, objetivo y plazos.
- Ticket promedio de aporte por socio.
- Suponer distintos escenarios: pesimista, conservador, optimista.

Componentes a considerar:

- Métodos de pago que permitan la inscripción del pago automático, para generar recurrencia en las donaciones.
- Número de captaciones necesarias.
- Proceso de recaudación que minimice los costos de la captación.
- Inversión en sistemas o equipos que maximicen la recaudación y sus gastos asociados.

Visibilizar una línea de tiempo clara, para concretar acciones y avances en torno a la recaudación de ingresos.