

Redacción de propuestas: lo que se debe hacer y lo que no se debe hacer

<u>QUÉ HACER</u>	<u>QUÉ NO HACER</u>
• Visite el sitio web del donante antes de presentar su solicitud para ver si se ajusta a lo que suelen financiar y dónde lo financian. Averigüe cuál es el tamaño típico de sus donaciones para proyectos como el suyo.	• No solicite cosas que el financiador no apoya. No pida más de lo que el financiador suele dar.
• Dese suficiente margen de tiempo; normalmente se tarda entre 3 y 6 meses en obtener una decisión final.	• No pida a una fundación que acelere su solicitud.
• Solicite financiación para programas que estén claramente dentro de su misión y capacidades.	• No intente forzar su misión para que se ajuste a los parámetros de las directrices de la subvención. (No prometa cosas que no esté seguro de poder cumplir.)
• Envíe una carta de una página de solicitud/intención/interés antes de presentar la solicitud, para ver si la fundación invita a presentar una propuesta.	• No envíe propuestas no solicitadas, especialmente si no se han adaptado a las especificaciones de la fundación. En su lugar, piense en dirigirse a un financiador con una carta de interés.

<u>QUÉ HACER</u>	<u>QUÉ NO HACER</u>
● Redacte un presupuesto detallado (con partidas individuales) antes de redactar la propuesta (le ayudará a aclarar lo que planea hacer). Asegúrese de que los ingresos y los gastos coincidan exactamente.	● No sea impreciso sobre cómo gastará el dinero de la fundación; no “redondee” sus categorías de gastos.
● Incluya contribuciones en especie (y cualquier contribución en efectivo que ya recibió) en su presupuesto para demostrar que la fundación no es la única fuente de apoyo prevista.	● No se ponga en contacto con una fundación sin tener un plan que detalle su estrategia de recaudación de fondos y otras fuentes de apoyo previstas.
● Reúna toda la documentación antes de empezar a redactar las propuestas (su 501(c)(3), su presupuesto organizativo, la lista de miembros de la junta directiva, etc...). Le ahorrará tener que buscarla a última hora.	● No se ponga en contacto con una fundación sin una prueba de su condición de organización sin ánimo de lucro (exenta de impuestos) o de patrocinador fiscal.
● Si su solicitud es sobre un proyecto específico, argumente claramente que el proyecto es necesario. Conozca a su población a la que se dirige y ayude a la fundación a entenderla. Recuerde que se trata de sus clientes y de lo que ellos necesitan.	● No hable de lo que su organización necesita, a menos que la subvención sea para apoyo operativo o de desarrollo de capacidades. El contenido de la solicitud debe estar en consonancia con el tipo de petición que hace su organización.
● Informe a la fundación sobre cómo resolverá el problema. Lo primero que quieren saber es <i>si su proyecto funcionará</i>.	● No prometa resultados que no estén relacionados con el problema o con las actividades planificadas.
● Tenga un plan específico para medir los resultados de su proyecto. Sus mediciones deben ser numéricas	● No sea “la voz de la fatalidad” y haga que los

<u>QUÉ HACER</u>	<u>QUÉ NO HACER</u>
(cuantificables), específicas en el tiempo y deben indicar el cambio proyectado con respecto al estado actual. Por ejemplo, los resultados deben expresarse en términos de cambios en las condiciones de sus clientes.	problemas de sus clientes parezcan desesperados.
Conozca qué otras organizaciones de su zona están abordando problemas similares y en qué se diferencia su programa del suyo y/o cómo puede trabajar con ellos (fundaciones como colaboración).	No trabaje en el vacío; no dé por hecho que su programa es el único que existe a menos que haya investigado a fondo.
Siga las instrucciones.	- No modifique los tamaños de fuente o los márgenes de la configuración solicitada (se <i>darán</i> cuenta). - No deje pasar las fechas límites.
Make the proposal visually accessible, with enough white space, and graphics where needed.	No escribas todos los párrafos juntos para ahorrar espacio; dificulta la lectura y el mensaje se pierde.
Escriba de manera respetuosa, centrándose en resolver los problemas de los clientes. Agradezca <i>siempre</i> al financiador que haya considerado su solicitud.	Nunca escriba como si el financiador fuera el enemigo. Por ejemplo, si una fundación le ha rechazado una solicitud en el pasado, no lo mencione.
Sea breve, conciso y claro. Escriba en voz activa. Compruebe la gramática y la ortografía.	No utilice lenguaje florido ni jerga.

<u>QUÉ HACER</u>	<u>QUÉ NO HACER</u>
• Pídale a alguien que no esté familiarizado con el proyecto que lea su propuesta y le diga si entiende lo que está tratando de lograr.	• No apresure una propuesta y la envíe por correo sin que alguien la revise primero. Lo ideal es que tenga más de un revisor.

###

Información sobre *Methodist Healthcare Ministries of South Texas, Inc.*

En *Methodist Healthcare Ministries* consideramos el desarrollo de capacidades como un proceso de fortalecimiento organizacional. Trabajamos junto a nuestros colaboradores financiados y organizaciones comunitarias, aprovechando sus bienes para aumentar su impacto en la comunidad y mejorar la equidad en salud. El desarrollo de capacidades es una inversión en la capacidad de las organizaciones sin fines de lucro para ser más eficientes, efectivas y sostenibles.