



 GlobalGiving

Crowdfundamentals

Una guía hacia el éxito para principiantes en Crowdfunding.

Contenido

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1

Sé inteligente, sé SMART

Herramienta que puedes utilizar: Tabla de Metas Smart

CAPÍTULO 2

Elige la plataforma correcta

Herramienta que puedes utilizar: Cuadro comparativo de plataformas de crowdfunding

CAPÍTULO 3

Vuélvelo personal

Herramienta que puedes utilizar: Puntos importantes para una buena página de proyecto

CAPÍTULO 4

Sal adelante con ayuda de amigos

Herramienta que puedes utilizar: Diagrama de mapeo de red

CAPÍTULO 5

Prepárate para compartir

Herramienta que puedes utilizar: Ejemplos de publicaciones en Facebook

CAPÍTULO 6

Sé creativo y audaz / Sé creativo y atrevido

Herramienta que puedes utilizar: 10 ideas creativas de crowdfunding

CAPÍTULO 7

Demuestra tu gratitud

Herramienta que puedes utilizar: Checklist de agradecimiento a donantes

CONCLUSIÓN

BIENVENIDO A

Crowdfundamentals

Una guía hacia el éxito para principiantes en Crowdfunding

Estás aquí porque quieres recaudar dinero para una causa cercana a tu corazón, y entiendes el poder de hacer crowdfunding, pero no estás seguro de dónde empezar.

El crowdfunding es la práctica de recaudar pequeñas cantidades de dinero de un gran número de personas, comúnmente en línea. En lugar de depender de un pequeño grupo de grandes donantes o instituciones, los fondeadores exitosos aprovechan el poder de la multitud.

En el 2002, cuando GlobalGiving creó la primer plataforma de crowdfunding para asociaciones sin fines de lucro, pusimos la recaudación de fondos de cabeza y liberamos el potencial para que cualquiera, en cualquier lugar y en cualquier momento, pudiera hacer del mundo un lugar mejor. Hoy hay una innumerable cantidad de plataformas de crowdfunding, y de acuerdo con el Banco Mundial, tan sólo en los países en desarrollo, se espera que el mercado para el crowdfunding supere los 96 mil millones de dólares anuales para el 2025. Ese tiene muchísimo potencial, pero el éxito requiere planeación.

Durante 15 años hemos hecho posible que organizaciones sin fines de lucro, desde Afganistán hasta Zimbabue (y muchos lugares más), puedan construir escuelas, preservar nuestro medio ambiente, alimentar a quienes más lo necesitan, y miles de otras labores maravillosas. ¡Nos emociona poder compartir lo que hemos aprendido! Cada capítulo ofrece un paso práctico que puedes utilizar en la preparación para tu primer campaña de crowdfunding. Al final de cada capítulo encontrarás una herramienta que puedes utilizar, incluyendo:

1. Tabla de Metas Smart
2. Cuadro comparativo de plataformas de crowdfunding
3. Puntos importantes para una buena página de proyecto
4. Diagrama de mapeo de red
5. Ejemplos de publicaciones en Facebook
6. 10 ideas creativas de crowdfunding
7. Checklist de agradecimiento a donantes

CAPÍTULO 1

Sé inteligente, sé SMART

Imagina un mar de desconocidos que despiertan determinados a donar a una buena causa. De alguna forma, encuentran en internet la causa más cercana a su corazón, entienden inmediatamente su valor y hacen una donación antes de que termine el día.

¿No sería maravilloso? Desafortunadamente eso sucede muy rara vez. ¡Los donantes necesitan motivación para donar! Y tú necesitas un plan. Para prepararte para tener éxito, diseña una meta inteligente antes del lanzamiento de tu campaña de crowdfunding. Mientras la diseñas, incluye cada punto enumerado en la tabla de metas SMART de la siguiente página.

Tabla de Metas SMART

CARACTERÍSTICA	CONSEJO GG	Utiliza este espacio para diseñar tu meta SMART
Específica	Describe exactamente lo que te gustaría lograr y cómo. Para definir tu meta piensa en términos de quién, qué, cuándo, dónde, cómo y por qué.	
Medible	Cuantifica tu meta. Cuánto dinero quieres recaudar.	
Orientado a la Acción	Especifica qué acciones tomarás, con quién puedes trabajar, y qué recursos puedes aprovechar para alcanzar tu meta.	
Realista	Se ambicioso, pero no establezcas una meta que no puedes alcanzar de forma realista teniendo en cuenta el tiempo y los recursos disponibles.	
Temporal	Define fechas de inicio y fin claras para tu campaña de crowdfunding, para crear un sentido de urgencia y motivar a tus donantes. A lo largo de tu campaña recuérdale a tus donantes tu fecha límite.	



CÓMO LO HICIERON

Arlington Academy of Hope, Inc.

País: Estados Unidos

Misión: Ayudar a los niños en Uganda a alcanzar su máximo potencial.

Dólares recaudados: \$474, 418

Contexto: ¡Arlington Academy of Hope, Inc. ha fondeado exitosamente tres proyectos en GlobalGiving! La organización, con base en Arlington, Virginia, tuvo un enfoque SMART desde el inicio. ¿Su primer meta SMART en GlobalGiving? Recaudar \$5000 dólares de 40 donadores en un mes para lanzar un programa para preparar alumnos graduados de primaria para la escuela secundaria. El tener una meta SMART ayudó a la organización a comunicar sus intenciones de forma clara y construir un momentum con los donadores nuevos y los ya existentes. Rebasaron su meta de campaña por \$2000 dólares. Rachel, una alumna de Academy of Hope que se graduó de la primaria de la organización, le da el crédito a la organización por su éxito escolar. “Yo simplemente asumí que después de séptimo grado me iba a casar”, dijo ella. “Eso es lo que hicieron todas mis hermanas mayores. Era lo único que conocía. Ahora, estoy en la universidad y voy a tener una carrera con la cual ayudar a otros”.



CAPÍTULO 2

Elige la plataforma correcta

¡Hay cientos de plataformas de crowdfunding en internet!

Es importante que elijas la correcta para tu campaña. Utiliza nuestro cuadro comparativo para examinar plataformas en cinco áreas clave: estructura, cuotas, características, alcance y reputación. Explicamos cada una de estas áreas en la página siguiente. También definimos cinco preguntas importantes para pensar antes de comprometerte con una plataforma, que podría implicar establecer una comisión o un contrato. En el cuadro de la página 9, encontrarás las respuestas de GlobalGiving, así podrás comparar lo que nosotros ofrecemos con otras plataformas.

Áreas clave para la comparación de plataformas

ESTRUCTURA

¿A quién está enfocada la plataforma?

Algunas plataformas de crowdfunding se crearon para ayudar a individuos a solucionar una necesidad personal (ej. Un padre que necesita ayuda para pagar el cuidado de su hija enferma). Otras se crearon para ayudar a emprendedores a lanzar una idea innovadora (ej. Un diseñador de ropa que quiere iniciar una nueva línea de ropa eco-amigable). Lee la misión de la plataforma y explora algunos proyectos existentes para conocer más sobre su estructura.

CUOTAS

¿Cuáles son las comisiones?

Algunas plataformas cobran comisiones fijas, cuotas por suscripción, y/o comisiones por cada transacción. No confíes en plataformas que no son claras sobre las cuotas que cobra.

CARACTERÍSTICAS

¿Qué beneficios y con qué características obtendrás?

Haz una lista de características que son importantes para ti y averigua si la plataforma las ofrece (Ej. Servicio de atención a usuarios personal, integración de redes sociales, opciones de personalización de campaña, proceso de transferencia de fondos, capacidad de procesar diferentes tipos de monedas).

ALCANCE

¿La plataforma promocionará tu proyecto a través de sus canales?

Averigua cuántos de tus pares (organizaciones, emprendedores, individuos) usan la plataforma, y considera qué tipo de donadores y socios corporativos podrías ser capaz de conectar a través de la plataforma. Explora en redes sociales para darte una idea de cómo promoverá tu proyecto la plataforma.

REPUTACIÓN

¿Qué dice la gente sobre la plataforma?

Pregunta a miembros actuales de la plataforma acerca de su experiencia y lee reseñas de fuentes confiables e independientes como Charity Navigator (si la organización es sin fines de lucro), el Better Business Bureau y Guidestar.

Cuadro comparativo de plataformas de crowdfunding

	GLOBALGIVING	OTRA PLATAFORMA DE CROWDFUNDING
ESTRUCTURA	<p>El propósito de GlobalGiving es transformar el apoyo y la filantropía para acelerar el cambio con liderazgo comunitario.</p> <p>¿Sabías que GlobalGiving es en sí misma una organización sin fines de lucro? Además, está registrada con el equivalente a una donataria autorizada en Estados Unidos. Eso quiere decir que las donaciones hechas por donantes en ese país son deducibles de impuestos.</p>	
CUOTAS	<p>No hay ninguna cuota para unirse a GlobalGiving. En su lugar GlobalGiving retiene de cada donación una cuota del 7% por asistencia (12% durante el acelerador) más una cuota de 3% procesamiento de pagos. Con esta cuota cubrimos nuestros costos de operación y nos permite generar aún más dinero y muchos otros beneficios a nuestros miembros. Debido a que regresamos dinero a nuestros miembros en forma de nuevos donantes, igualación de fondos y alianzas corporativas, ¡el costo neto para la mayoría de nuestros miembros termina siendo cero!</p>	
CARACTERÍSTICAS	<p>GlobalGiving ofrece tarjetas de regalo, herramientas de recaudación de fondos entre pares, entrenamiento especializado, soporte en recaudación de fondos uno a uno y en persona y campañas de igualación de fondos.</p>	
ALCANCES	<p>GlobalGiving es la plataforma de crowdfunding más antigua y grande para organizaciones sin fines de lucro, compañías y donadores.</p> <p>Desde nuestra fundación en 2002, hemos recaudado más de 300 millones de dólares para más de 18,000 proyectos en 170 países. Constantemente promovemos proyectos y nos hemos aliado con más de 200 compañías, incluyendo Nike, Ford y Microsoft para acelerar el cambio</p>	
REPUTACIÓN	<p>Charity Navigator le otorga a GlobalGiving cuatro estrellas, que es su puntuación más alta. También estamos acreditados por la BBB Wise Giving Alliance.</p>	



CÓMO LO HICIERON

DAKTARI Bush School & Wildlife Orphanage

País: South Africa

País: Sudáfrica

Misión: Inspirar, motivar y educar niños en situación vulnerable para preocuparse por su medio ambiente a través de un orfanato de vida salvaje.

Dólares recaudados: \$10,755

Contexto: DAKTARI Bush Scholl & Wildlife Orphanage estaba al borde de cerrar el proyecto cuando sus fundadores llegaron a GlobalGiving. El equipo de marido y mujer eligieron llevar a cabo la recaudación en GlobalGiving debido a la capacitación y el apoyo uno a uno para las organizaciones durante la campaña y la amplia red de donantes estadounidenses. En 2008, DAKTARI se unió al programa virtual de capacitación para crowdfunding, el cual los llevo paso a paso a través de su primer campaña. “No teníamos pensada ninguna estrategia al iniciar el reto” cuenta Michèle, pero “GlobalGiving estuvo muy presente y nos dió el apoyo para ayudarnos a desarrollar la técnica y conocimiento sobre crowdfunding que no teníamos”. Ahora GlobalGiving es una fuente clave de financiamiento para la organización, que celebró su 10° aniversario en 2016 con GlobalGiving a su lado.



CAPÍTULO 3

Vuélvelo Personal

Una vez que seleccionaste la mejor plataforma para tu campaña de crowdfunding, elabora una historia sobre tu campaña que tenga el poder de motivar donaciones. La mayoría de las plataformas de crowdfunding cuentan con una página de proyecto a través de la que te puedes dirigir a los donantes y contar tu historia. Nuestras investigaciones muestran que las historias acerca de un sólo individuo contadas en primera persona son motivantes más poderosos que las estadísticas o historias acerca de grupos de personas. Al escribir contenido para tu proyecto de crowdfunding, enfócate en por qué el proyecto es importante para ti o explica el impacto que alcanzar la meta tendría en tu vida o en la de alguien más. Utiliza nuestra lista de puntos básicos, que está en la siguiente página, para maximizar el impacto de tu historia de crowdfunding.

Puntos básicos para una buena página de proyecto

TÚ PÁGINA INCLUYE:	
	¿Tu motivo para involucrarte con la causa o una anécdota sobre tu organización contada en primera persona?
	¿Una petición clara? (Ej. Por favor haz una donación de 25 dólares hoy)
	¿Ejemplos específicos de lo que se lograría con la donación? (Ej. Una donación de \$50 dólares le dará suficiente comida a un niño durante tres días)
	¿Una fotografía de alta calidad?
	¿Un botón o link de donación llamativo?



CÓMO LO HICIERON

Fundación Kupona

País: Estados Unidos

Misión: Prevenir la discapacidad y la mortalidad maternal y neonatal.

Dólares recaudados: \$2,474

Contexto: Le tomó a Alison cinco días y seis noches traer a su hija al mundo. “No me preocupé ni por un segundo por tener acceso a ayuda médica si la necesitaba. Un año después no podía dejar de pensar en las otras madres - aquellas con embarazos de alto riesgo - que no tienen acceso al cuidado que necesitan para salvar su vida”. Alison confió en su experiencia como nueva madre para motivar a sus amigos y familia para ayudar a construir una sala de partos para madres y bebés en riesgo en Tanzania, uno de los lugares más peligrosos en el mundo para dar a luz. Ella creó una página de recaudación de fondos en GlobalGiving y le pidió a sus amigos y familia donar un dólar por cada hora que ellos (o un ser querido) trabajaba, o que dieran diez centavos por cada una de sus 131 horas en labor de parto. La sinceridad de su historia sobre su obra de amor inspiró a 55 donantes a donar a su causa.

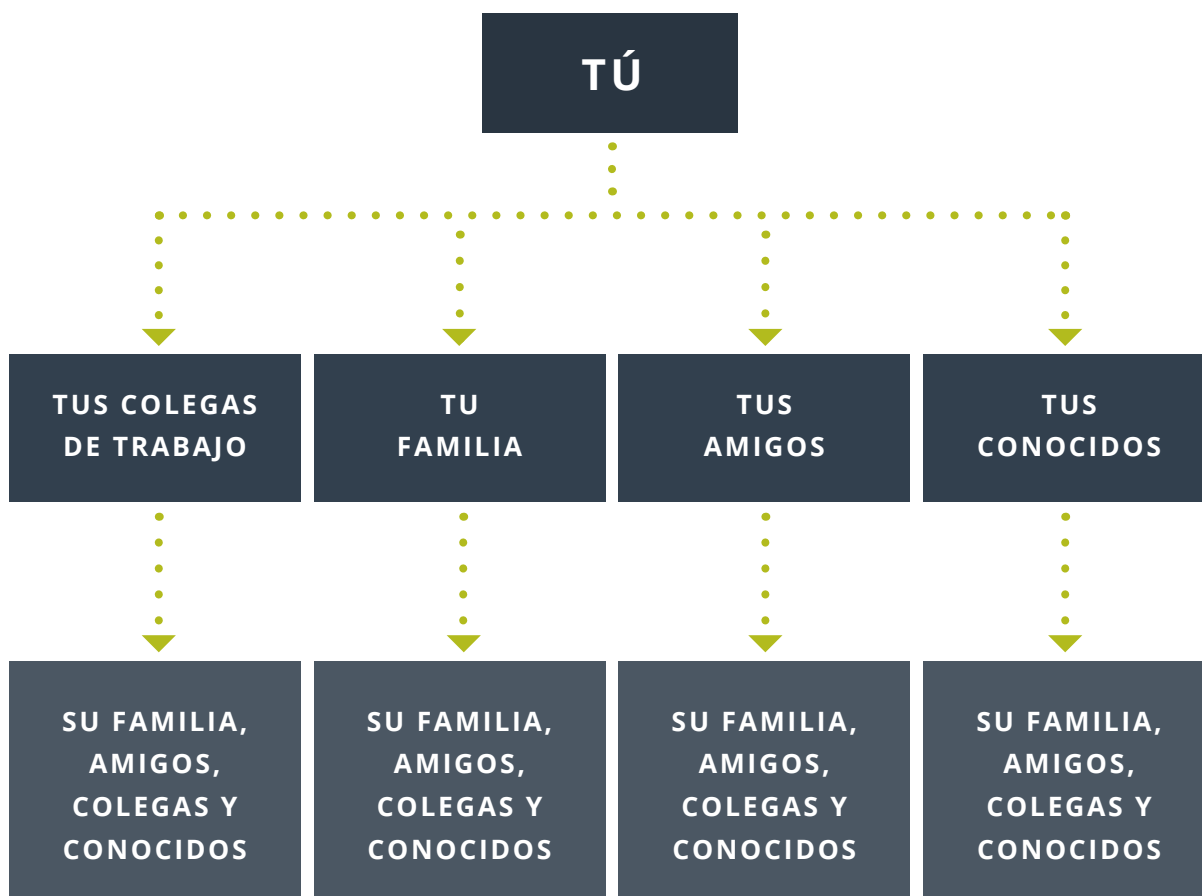


CAPÍTULO 4

Sal adelante con la ayuda de tus amigos

Ahora, la buena noticia: Ya sabes quienes son las personas que más probablemente donarán a tu causa - ¡Son tus amigos, familia, colegas y conocidos! Enfócate en cómo inspirar a las personas a tu alrededor a donar a tu causa, e invítalos a llegar a su red de contactos en tu nombre. Los fondeadores exitosos suelen aliarse con amigos o formar equipos de recaudación para amplificar su alcance. Para empezar, haz una lista de las personas que conoces. Comienza con las personas más cercanas a ti y expandela a partir de ahí. Entre más amplia sea tu lista, mejor (así que no pases por alto a personas como tu doctor o tu vecino). Escribe nombres, números de teléfono, e-mail y direcciones y planea cómo puedes llegar a cada una de estas personas de diferentes maneras a lo largo de tu campaña de crowdfunding. Los expertos en crowdfunding suelen referirse a este paso como “Mapeo de Red”. Recuerda incluir una petición clara de donación, sin importar el método de acercamiento que uses.

Diagrama de Mapeo de Red





CÓMO LO HICIERON

Instituto Mexicano de Investigación de Familia y Poblacion

País: México

Misión: Crear e implementar programas que permitan a los individuos tomar el control de su propia salud, productividad y vidas.

Dólares recaudados: \$21,443

Contexto: ¡Yo quiero Yo puedo recaudó \$21,443 dólares de 136 donadores en menos de un mes! ¿Cuál fue la clave para el éxito de IMIFAP? Sus 35 miembros de staff. Antes de que IMIFAP lanzara su proyecto de Crowdfunding, Shoshana, la líder de proyecto, ayudó a sus colegas a mapear su red de contactos y los asesoró en cómo pedir dinero. Este proceso generó muchas donaciones pequeñas. Mientras tanto, el presidente y vicepresidente de esta organización también contribuyeron pidiendo por donaciones más elevadas de sus redes.



CAPÍTULO 5

Prepárate para compartir

Prepárate para pedir donaciones de tu público objetivo de múltiples maneras a o largo de tu campaña de crowdfunding. Para determinar qué y dónde compartir, ¡Conoce a tu público! Será mucho más fácil motivar a tus donantes si sabes cómo pasan su tiempo y qué tipo de contenido les resulta más atractivo para ellos. ¿Compran en alguna tienda en específico o socializan en algún taller o festival manual? ¡Intenta con un evento de recaudación de fondos!

Asegúrate de desarrollar también un plan de divulgación. Piensa en cuánto tiempo al día es probable que reas correos electrónicos, y elabora títulos de asuntos que atrapen su atención. También, investiga qué redes sociales usa tu público meta. ¿Facebook? ¿Twitter? ¿LinkedIn? ¿Instagram? Invierte unas cuantas semanas escuchando que resuena con tu público meta antes de mapear qué compartirías acerca de tu campaña de crowdfunding.

Ejemplos de Mensajes en Facebook

Marpha Foundation
September 27 · 🌐


Almost there! 3 days left and \$1,640 to go!
Donate today: <https://www.globalgiving.org/.../hands-on-minds-on-creative-.../>



¡Casi lo logramos! ¡Aún faltan 3 días y \$1,640!
Dona hoy: (link)

Marpha Foundation added 2 new photos.
September 26 · 🌐

Global giving makes donating online super easy. Visit the page with the link below and click the donate button-- the site will guide you through the rest. \$2,308 left to go! www.globalgiving.org/.../hands-on-minds-on-creative-learning.../



This project has to **raise \$5,000 from 40 donors** by September 30, 11:59 PM EDT to earn a permanent spot on GlobalGiving.

Donations: \$2,692 raised (\$5,000 needed)

Donors: 31 (40 needed)

GlobalGiving hace que donar en línea sea súper fácil. Visita la página con el link de abajo y dale click al botón "Donate now"... La página te guiará a través del rest. ¡Faltan \$2,308! (link)

Marpha Foundation added 2 new photos — with Surabhi Chowdhury and 3 others.
September 28 · 🌐

SOOOO CLOSE!
2 days left
\$775 to go
DONATE TODAY! <https://www.globalgiving.org/.../hands-on-minds-on-creative-.../>



GlobalGiving Accelerator

This project has to **raise \$5,000 from 40 donors** by September 30, 11:59 PM EDT to earn a permanent spot on GlobalGiving.

Donations: \$4,225 raised (\$5,000 needed)

Donors: 58 (40 needed)

Time left to give: **02 : 13 : 36 : 32**

TERMS & CONDITIONS

Like Comment Share

► ¡ESTAMOS TAAAAAAN CERCA!
Quedan 2 días
\$776 dólares
¡DONA HOY! (link)

Este proyecto tiene que recaudar \$5,000 de 40 donadores antes del 30 de septiembre a las 11:59 p.m. para ganar un lugar permanente en GlobalGiving.

Donaciones: \$2,692 recaudados (\$5,000 necesarios)

Donadores: 31 (40 necesarios)



CÓMO LO HICIERON

Fundación Marpha

País: Nepal

Misión: Dotar a la juventud rural de Nepal con habilidades de aprendizaje que les duren toda la vida, diseñar recursos educativos y promover ambientes que brinden igualdad de oportunidades.

Dólares recaudados: \$\$7,064.

Contexto: Marpha Foundation recaudó \$7,604 dólares de 87 donadores en un mes para enriquecer su programa de educación preescolar en la región montañosa de Mustang, Nepal. La organización se valió de correos electrónicos y redes sociales para conectar con los donantes. En su página de Facebook, la organización combinó fotografías coloridas y de alta calidad de sus estudiantes con actualizaciones cortas y urgentes de su campaña de recaudación. “¡ESTAMOS TAAAAAN CERCA! Quedan 2 días y \$776 dólares ¡DONA HOY!”, se leía en una de las actualizaciones. La estrategia rindió frutos: el 39% de las donaciones al proyecto de preescolar de la fundación vinieron a través de Facebook.



CAPÍTULO 6

Sé creativo y audaz

Los recaudadores exitosos fallan (es la verdad), pero tienen el valor de experimentar con ideas creativas y atrevidas (constantemente), recopilar retroalimentación de lo que está funcionando (y de lo que no), y corregir el curso (si es necesario). ¡Hay tantas formas divertidas de recaudar fondos! Un voluntario de [Atlas Corps](#) prometió ir en bicicleta de Washington D.C. a Great Falls, Va., en ropa interior si 100 de sus amigos donaban a su proyecto. Miles de mujeres alrededor del mundo han recaudado más de 1.5 millones de dólares para ponerle fin a la trata de personas a través de la campaña [Dressember](#). Las mujeres usan un vestido cada día de diciembre y les piden a sus amigos apoyar su compromiso con una donación.

Experimenta con tácticas creativas que puedan ser atractivas para tu red de contactos. Una vez que establezcas una táctica, mantén un registro de los resultados y prueba nuevas ideas. Prepárate para adaptarte y hacer cambios de ser necesario para tener éxito. Intenta con diferentes asuntos en los correos, contenido de redes sociales y enfoques para tu recaudación para identificar qué te funciona y por qué. Utiliza lo que aprendas para mejorar tus campañas actuales y futuras. En pocas palabras: ¡Nunca te estanques!

10 ideas creativas para hacer Crowdfunding

- 1. Organiza un evento de beneficencia en un restaurante local.** Pídele al dueño que done una parte de las ganancias a tu campaña de recaudación.
- 2. Realiza un reto atlético.** Pide a tus amigos, familia y compañeros de trabajo que hagan donaciones para apoyar tu proyecto.
- 3. Lleva a cabo una cena en tu casa.** Pide a los invitados que haga una donación a tu campaña.
- 4. Organiza un festival de cine en tu vecindario.** Proyecta películas relacionadas con tu causa y en vez de pedir una cuota de entrada, pide donaciones.
- 5. Celebra un torneo de ajedrez.** Que los que pierdan (y ganen) hagan una donación.
- 6. Pídele a un negocio local que done artículos a tu organización.** Haz subastas en línea o en un evento y dona las ganancias a tu campaña.
- 7. Crea un club de lectura, costura o cualquier otra -ura.** Pide a los miembros que hagan una donación a tu causa.
- 8. Haz playeras, pulseras, u otro tipo de mercancías personalizadas de tu campaña.** Deposita todas las ganancias de las ventas a tu causa.
- 9. Pide a un miembro reconocido de tu comunidad** (alcalde, famoso, líder religioso, etc) que apoye públicamente tu campaña y que difunda información sobre cómo donar a sus contactos en tu nombre.
- 10. Invita a cinco amigos a actuar como “campañas de recaudación.”** Ofrece un premio para quien recaude la mayor cantidad de dinero para la causa colectiva.



CÓMO LO HICIERON

Conservation Volunteers Australia

País: Australia

Misión: Atraer y dirigir voluntarios para participar en proyectos que protejan o mejoren el medio ambiente o el patrimonio Australiano.

Dólares recaudados: \$3,885.

Contexto: Conservation Volunteers Australia quiere que más personas presten atención a lo que está sucediendo con el Bandicoot Oriental. Este marsupial del tamaño de un conejo se encuentra críticamente amenazado - Solamente quedan 1,500 en Australia. La organización conecta al público con Bandicoots a través de videos creativos [como este](#), que hace parte a los espectadores de la liberación de 20 adorables Bandicoots en nuevas zonas protegidas. El video tiene más de 7,700 visualizaciones. ¡Conservation Volunteers Australia ha recaudado suficiente dinero en GlobalGiving para proteger 77 hectáreas del hábitat de Bandicoot!



CAPÍTULO 7

Demuestra tu gratitud

Agradecer y reconocer a tus donantes es absolutamente vital. Un estudio encontró que el 45% de los donantes dijeron que “Una muy buena carta de agradecimiento” los inspiró a donar nuevamente; 23% dijo que la calidad del reconocimiento que recibieron los animó a donar una suma mayor la segunda vez. Tras recibir una donación, da seguimiento con un agradecimiento tan pronto como te sea posible. Haz tu agradecimiento tan personal como sea posible, y visualiza el impacto de la donación en tu vida o en la vida de alguien a quien tu donante buscó ayudar.

Checklist de agradecimiento a donantes

	<p>Envía un correo, una nota a mano o un video-mensaje personal para agradecer a tu donante. ¡Ponte la meta personal de agradecer a cada donante antes de 48 horas!</p>
	<p>Menciona la generosidad de tu donante en tus redes sociales. ¡Etiqueta a tu donante para maximizar tu alcance!</p>
	<p>Invita a tus mayores donantes a involucrarse más allá de una simple donación. Pregunta si podrían considerar apoyar con donaciones recurrentes para motivar a otros a donar o a hablar con sus contactos en tu nombre.</p>



CÓMO LO HICIERON

Age Action Ireland

País: Irlanda

Misión: Lograr un cambio fundamental en las vidas de todas las personas mayores al motivarlos a vivir vidas plenas como ciudadanos activamente comprometidos y asegurar sus derechos a servicios comprensivos y de alta calidad.

Dólares recaudados: \$14,615.

Contexto: Age Action Ireland no solo les dice a sus donantes el impacto que tienen. Se los muestran. En un reporte de proyecto en GlobalGiving, la organización compartió fotos de notas hechas a mano de estudiantes de su curso de TI para personas mayores. "Llegué aterrado - ¡si desde el inicio! Y ahora me siento seguro de poder usar mi computadora en casa. ¡Es maravilloso! Una nueva vida." escribió uno de los graduados. ¡Suficiente para derretir el corazón de cualquier donante!

Conclusión

Gracias por leer los 7 pasos de GlobalGiving para el éxito en Crowdfunding. Esperamos que sea de ayuda mientras tienes mucho éxito en recaudar por esa causa que está tan cerca de tu corazón.

¿Quisieras apoyo 1 a 1 para la campaña de crowdfunding de tu organización? ¡Únete al programa del Acelerador de GlobalGiving! Conoce más en: www.globalgiving.org/accelerator/.



Para aprender más sobre los temas de este documento,
visita GlobalGiving.org/Learn