



# Fundación Daniel y Nina Carasso



13.09.2024

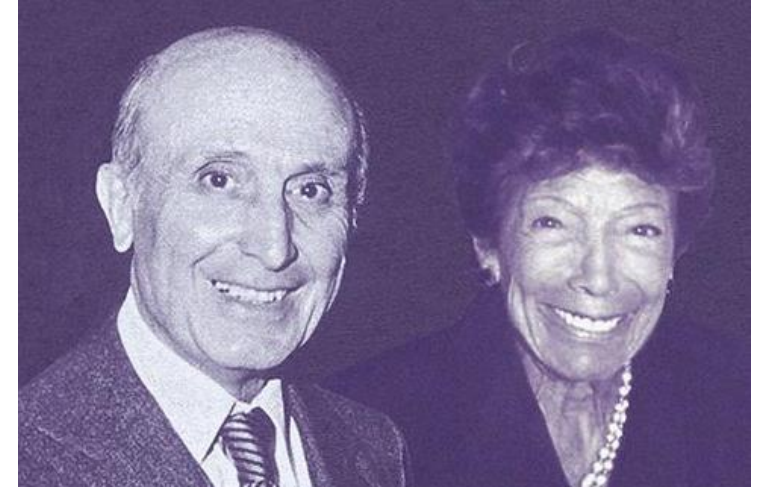
Financiación en cultura



Fundación Daniel y Nina Carasso

# Una fundación singular

- ✓ Familiar... y profesional
- ✓ Donante... y operativa
- ✓ De mecenazgo... y de impact investing
- ✓ Francia... y España
- ✓ Alimentación Sostenible... y Arte Ciudadano



Una fundación al servicio de  
la transformación social



Apoyamos a los valientes pioneros de la **Alimentación Sostenible**: que sacan a la luz las prácticas más sostenibles desde la producción de semillas hasta el compost, para promover el **acceso universal** a una alimentación saludable, respetuosa con las personas y los ecosistemas.





Apoyamos proyectos y entidades que hacen del arte un **motor de ciudadanía**, para desarrollar una mirada sensible y crítica sobre el mundo y reforzar la cohesión social, siempre con el máximo respeto a la diversidad. El **Arte Ciudadano** cultiva la empatía, promueve la democracia y apela a la responsabilidad social y medioambiental.





# La Fundación en cifras



13 velas en una tarta

6 personas de la familia  
6 profesionales  
2 jóvenes en el patronato

10 personas en el equipo de España  
11 en el de Francia

2 comités de expertos (Arte / Alim)  
1 comité financiero  
1 comité impact investing

1 premio de investigación

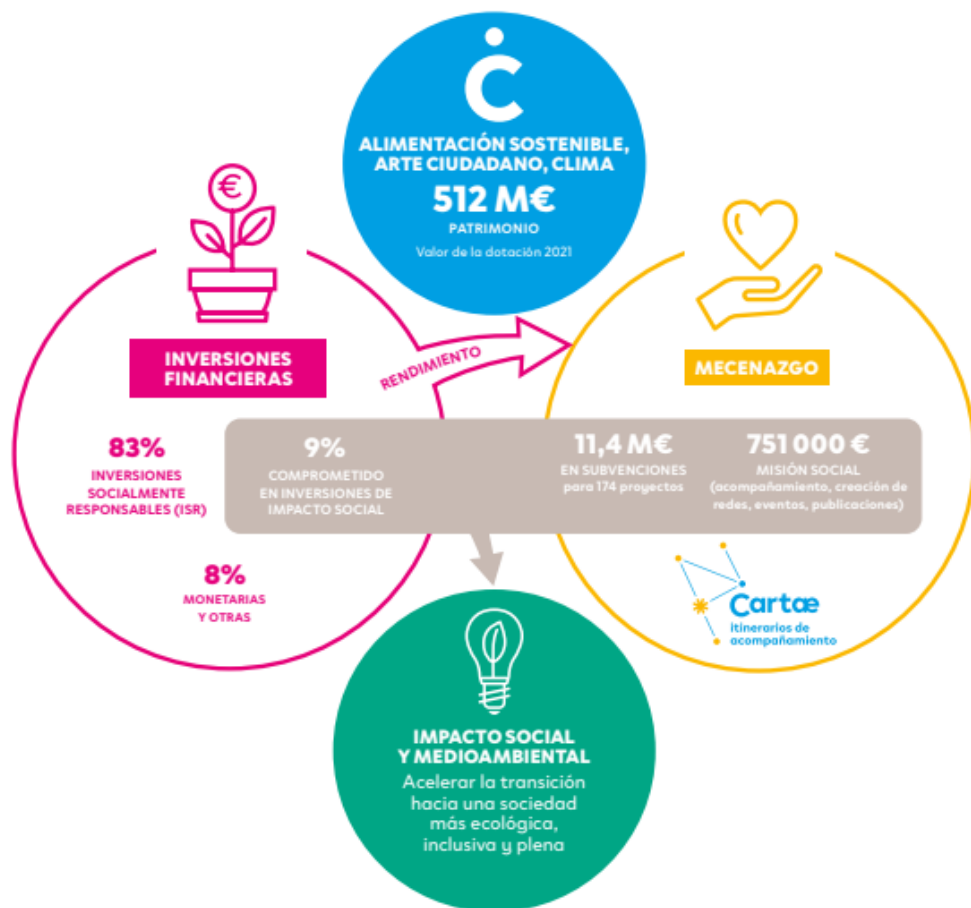
+1000 subvenciones y +80M€ distribuidos  
Actualmente unos 3M anuales en Arte





# Nuestras claves

# Nuestras claves: mecenazgo + inversión de impacto



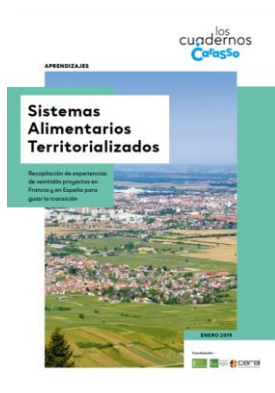
- ✓ Una gestión del patrimonio en **coherencia** con nuestra estrategia de mecenazgo
- ✓ Una memoria de [inversiones de impacto](#)
- ✓ Una “Guía de Inversiones” adscrita al movimiento [DivestInvest](#), un Comité Financiero y un Comité Impact Investing
- ✓ Una convocatoria: **Tiina**

**Abierta hasta el 21 de abril!**  
Presenta tu proyecto [aquí](#).

**Una dotación fundacional de  
489M€**

Fundación Daniel y Nina Carasso

# Nuestras claves: conocimiento en abierto



- ✓ Mutualización de aprendizajes
- ✓ Evaluaciones de impacto
- ✓ Estudios e informes





Fundación Daniel y Nina Carasso

# Nuestras claves: un equipo expandido



- ✓ Las instructoras
- ✓ Los Comités de Orientación y Seguimiento
- ✓ Comités de co-diseño, co-pilotaje...

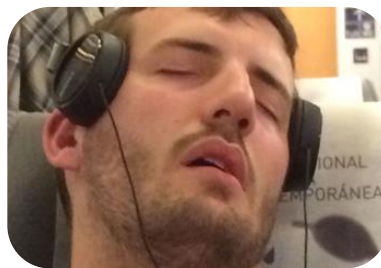
Escucha permanente

La Fundación Daniel y Nina Carasso

# Nuestras claves: cuidar, además de financiar



Financiar



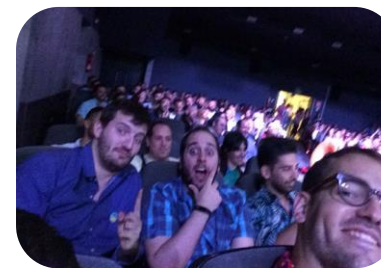
Escuchar



Acompañar



Conectar



Compartir

# Arte Ciudadano



# Nuestros programas

## Arte y educación

### 1. Arte y escuela

- **PLANEA**, Red de Arte y Escuela

### 2. Mediación y Democracia cultural

- Convocatoria **Alianzas para una Democracia cultural**
- **MAR** - Plataforma estatal de prácticas de mediación
- Programa **Educación Artística Expandida**
- Programa **Complemento Directo**
- Programa **Concomitantes**

## Arte, ciencia y sociedad

- Convocatoria **Componer saberes para imaginar y construir futuros sostenibles**
- **Red ACTS** - Plataforma estatal de prácticas de arte, ciencia, sociedad

## Artista comprometido

- **Premio Artista Comprometido**



Fundación Daniel y Nina Carasso

# Programas de Arte Ciudadano



Arte y Escuela

<https://redplanea.org/>

PLANEA

RED DE ARTE Y ESCUELA

ARTE Y EDUCACIÓN

- Red cogestionada

ZEMOS98

PERMEA  
Programa experimental  
de Mediación i Educació  
a través de l'Art

pedagogías  
invisibles  
arte + educación

- Ámbito estatal: Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana y La Rioja
- Experimental, abierta, a la escucha, formadora y difusora



¡Visita el [centro de recursos PLANEA!](#)

# Programas de Arte Ciudadano

## Mediación y Democracia cultural

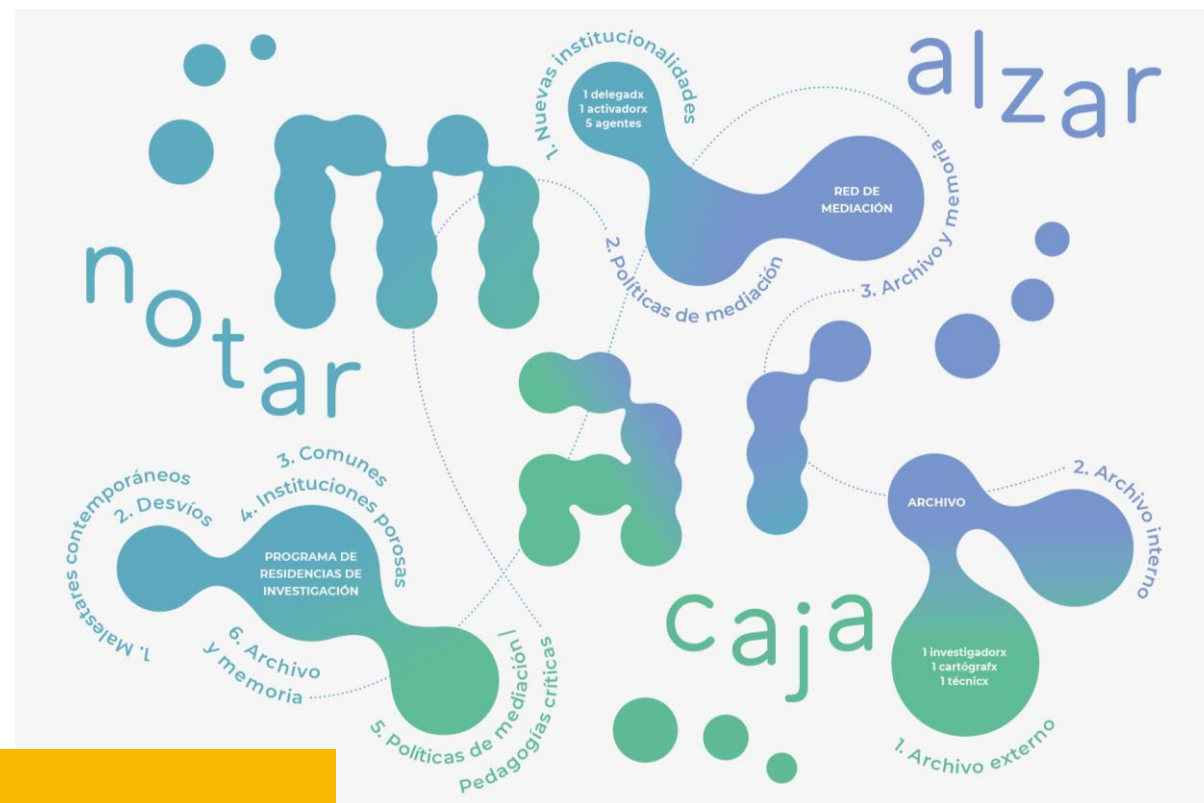
Educación artística más allá del cole

- Convocatoria “Alianzas para una Democracia cultural”
- [MAR](#), plataforma de mediación

**hea:**  
asociación hablarenarte

MUSEO NACIONAL  
CENTRO DE ARTE  
**REINA SOFIA**

Próxima apertura [NOTAR](#)



ARTE Y EDUCACIÓN



Fundación Daniel y Nina Carasso

# Programas de Arte Ciudadano

- Convocatoria “Alianzas para una Democracia cultural”
- MAR, plataforma de mediación
- Educación Artística Expandida
- Complemento Directo
- [Concomitantes](#)



 @fdnc\_es



**Mediación y Democracia cultural**

Educación artística más allá del cole

**ARTE Y EDUCACIÓN**

# Crterios

## ESPECÍFICOS OBLIGATORIOS

- **Transformación duradera**
  - Personas, instituciones, políticas
  - Más allá del propio proyecto
  - Implicación de los equipos es fundamental
- **Participación ciudadana:**
  - Salir de la zona de confort
  - Idealmente, desde el co-diseño
- **Potencial de innovación** a través de la alianza
- **Horizontalidad** de la alianza: igual implicación desde la conceptualización
- **Reto social**
- **Metodologías de mediación transformativas**
- **Exigencia artística:** equipos con experiencia contrastada

## GENERALES OBLIGATORIOS

Interés general y neutralidad  
Utilidad y adecuación  
Viabilidad  
Objetivo  
Difusión

## ADICIONALES NO OBLIGATORIOS

Diversidad de actores y competencias  
Perspectiva de género, raza y medioambiental  
Evaluación de impacto  
Pasarela franco-española



Fundación Daniel y Nina Carasso

# Programas de Arte Ciudadano

- Convocatoria “Componer saberes para imaginar y construir futuros sostenibles”
- Red ACTS



ARTE, CIENCIA Y  
SOCIEDAD

Convocatoria Componer saberes para imaginar y construir futuros sostenibles

## Objetivos y marco general

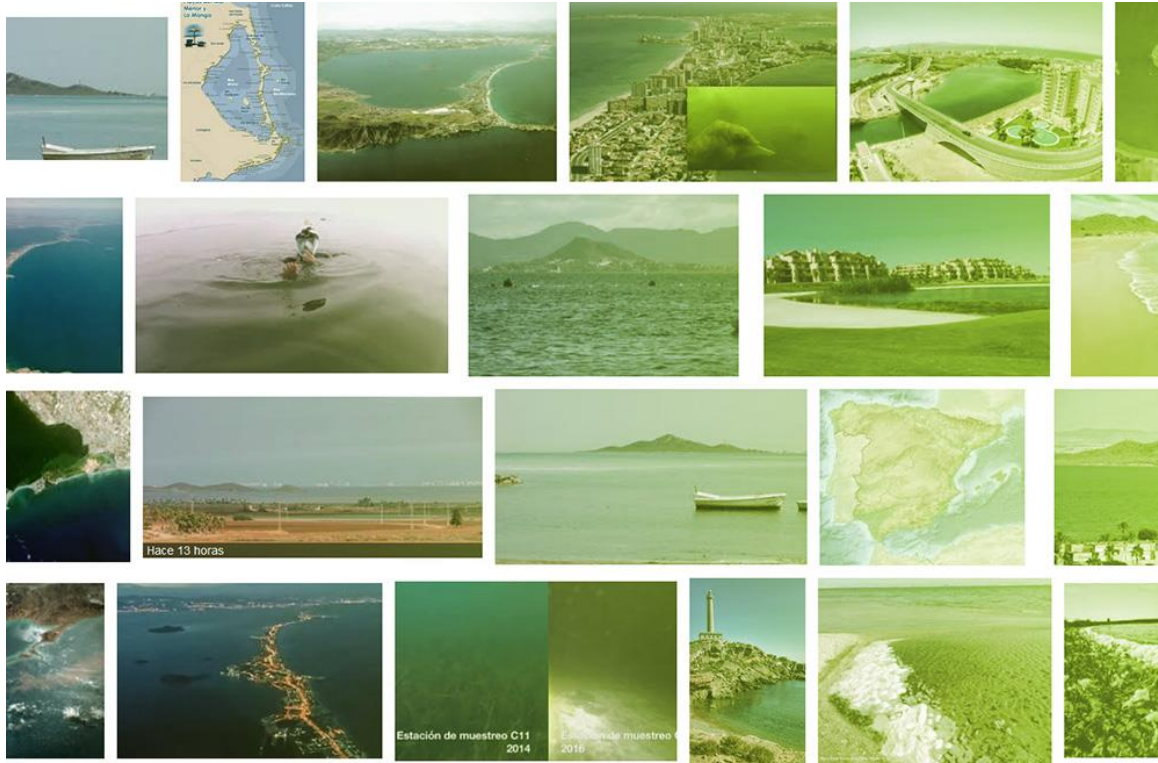
Apoyo a proyectos transdisciplinarios de investigación, creación, participación que aborden los retos ecológicos, ecosociales que nos afectan

**Esta es la segunda edición centrada en “imaginar y construir futuros sostenibles”: sostenibilidad, ecologías, cambio climático y justicia social**

- Entidad solicitante debe ser una organización sin ánimo de lucro o perteneciente a la economía social y solidaria.
- Posibilidad: colectivos de artistas, de investigadoras,... **Apartado 5. Formulario: ¿Difiere la organización gestora de la financiación solicitada a la Fundación de la organización solicitante?**
- Equilibrio en el triángulo artes / ciencias, saberes / sociedad. **Refuerzo peso artístico en la convocatoria.** Integrantes del consorcio: “al menos un agente artístico y uno investigador”.
- Tipo de iniciativas – tanto en fase de diseño como en fase de consolidación. Envergaduras, escalas diferentes. Proyectos “1+1+1”. Proyectos “investigación”. Proyectos “institución”. Proyectos “proyecto”. Todos generan conocimiento, preguntas, experimentación, creación, participación.
- No se apoyarán proyectos única o excesivamente centrados en planes de sostenibilidad.

Convocatoria Componer saberes para imaginar y construir futuros sostenibles

# Aspectos técnicos



500.000€

(no hay mínimo ni máximo por proyecto)

6-12 proyectos

Mínimo 6 meses

Máximo 3 años

Entidad solicitante: sin ánimo de lucro o ESS

## Criterios

Apoyo a proyectos transdisciplinarios de investigación, creación, participación que aborden los retos ecológicos, ecosociales que nos afectan

### Criterios específicos

- Relevancia del planteamiento y rigor en el diagnóstico y la formulación del desafío ecosocial.
- Ambición y capacidad transformadora del proyecto.
- Calidad y capacidad de colaboración del equipo transdisciplinar reunido.
- Participación de los agentes concernidos por el reto abordado.
- Trascendencia del proyecto, presentación pública y puesta en valor de aprendizajes.
- Perspectiva medioambiental y de justicia social.

### Criterios adicionales

- Evaluación de impacto.
- Pasarela franco-española.



## Duración y gastos subvencionables

- ❑ **Periodo de apoyo mínimo de 6 meses**, máximo de 36 meses
- ❑ Tipo de **gastos elegibles**: TODOS
  - ✓ Adquisición de materiales o pequeña infraestructura
  - ✓ Gastos de personal, salarios
  - ✓ Gastos de funcionamiento (e.g., alquiler, suministros, etc.)
  - ✓ Honorarios y prestación de servicios (e.g., formación, modelo de negocio, informes técnicos, obtención de certificados)
  - ✓ Gastos de comunicación
  - ✓ Otros gastos necesarios para la consecución de los objetivos del proyecto.
- ❑ Como regla general, el **apoyo de la Fundación** no podrá ser superior al 70 % del presupuesto total. Si el proyecto especialmente innovador, se puede llegar a autorizar una financiación de hasta el 100 % del proyecto
- ❑ La **cofinanciación** por parte de otros financiadores o de la entidad solicitante (i.e., gastos personal, gastos de funcionamiento, etc.).
- ❑ La subvención no cubrirá gastos anteriores a la fecha de publicación de la resolución.



# Posibilidades de financiación desde la filantropía



# Características básicas\*

Art. 2.1 [Ley 50/2002, de Fundaciones](#):

«Son fundaciones las organizaciones constituidas **sin fin de lucro** que, por voluntad de sus creadores, tienen afectado de modo duradero su patrimonio a la realización de **finés de interés general**»

## NÚMERO

14.120 fundaciones registradas

8.866 fundaciones con actividad

## ÁREAS DE ACTIVIDAD

39% Cultura-recreo

22% Educación-investigación

10% Medio Ambiente

9% Servicios Sociales

## TITULARIDAD

29% fundadas por personas jurídicas > 34% públicas, 66% privadas

71% fundadas por personas físicas



\*Fuente:

[El sector fundacional en España. Cuarto informe \(AEF, 2020\)](#)

# Tipologías de fundaciones



Fundación  
Princesa de Asturias



## TITULARIDAD

- Corporativas (públicas/privadas)
- Personales/familiares

## ACTIVIDAD

- Donantes/de mecenazgo
- Operativas

## INGRESOS

- Patrimoniales
- Captadoras/actividad económica
- Receptoras



# Fundaciones personales vs corporativas

## Familiares/personales



- Fundadores: familiar de... (hijo/a, mujer/marido...)
- Ámbito de actuación local
- Áreas de actividad vinculadas a la trayectoria de la persona fundadora
- 46% cultura** como actividad principal
- Compromiso personal de los fundadores

## Corporativas



- Fundadores: empresas
- Ámbito de actuación territorial similar al de la empresa
- Áreas de actividad vinculadas a la actividad/valores de la empresa
- 15% cultura** como actividad principal, por detrás de acción social y educación/investigación
- Vehículo de la RSC empresarial: mayor autonomía, estabilidad y capacidad de colaboración



[Descarga el estudio sobre fundaciones corporativas AQUÍ](#)



[Descarga el estudio sobre fundaciones personales y familiares AQUÍ](#)



El sector fundacional

**¡ATENCIÓN!**

# PATROCINIO ≠ MECENAZGO

## **Contrato publicitario:**

Aportación económica/en especie a cambio de una contraprestación

Deducción en IS como gasto de actividad

## **Ley 49/2002, de Mecenazgo:**

Aportación económica/en especie desinteresada

Exenciones y deducciones en IS e IRPF

# Ayudas de fundaciones

## WEBS Y RECURSOS ÚTILES

- [Directorio Asociación Española de Fundaciones](#)
- [Directorio Coordinadora Catalana de Fundaciones](#)
- [Buscador de ayudas de la AEF](#)
- Newsletters interesantes:
  - [Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo](#)
  - [Fundación Cataluña Cultura](#)
  - Asociación Española de Fundaciones
  - Asociación Española de Fundraising
  - Arteinformado, Cultunet, danza.es...
- [Principales fundaciones donantes](#) al sector cultural y otras fundaciones a tener en el radar

## FORMAS

- Convocatorias abiertas
- Premios
- Becas
- Prospección

## CONTENIDOS

- Apoyo económico
- Formación
- Acompañamiento
- Puesta en red

El sector fundacional

# Ayudas de fundaciones

Fundación Telefónica

Fundación Cruzcampo

Fundación Mapfre

Fundación Canaria Mapfre Guanarteme

Fundación Divina Pastora

Fundación Mutua Madrileña

Fundación AXA

Fundación EDP

Fundación Iberdrola España

Fundación Endesa

Fundación Nadine

Fundación Loewe

Fundació Privada Abertis

Fundación Daniel y Nina Carasso

Fundación Botín

Fundación SGAE

Fundación BBVA

Fundación Banco Santander

Fundación Bancaria la Caixa

Fundación Bancaria Ibercaja

Fundación Privada Banc Sabadell

Fundación Bancaria Unicaja

Fundación Montemadrid

Fundación BBK

Fundación Repsol

Fundación ACS

Fundación Barrié

Fundació Per Amor a L'Art

Fundación Bancaja

Fundación María Cristina Masaveu

Fundación Privada Damm

Fundación Mahou San Miguel

Fundación KPMG

Fundación EY

Fundación Cuatrecasas

Fundación PwC

Fundació Carulla

Fundació Catalunya Cultura

Fundacion

European Cultural Foundation

Fondation Charles Léopold Meyer

Fondations Edmond de Rothschild

Fundació Catalunya-La Pedrera

Fundación Juan Entrecanales de Azcárate



A young girl with glasses, wearing a red shirt and a plaid skirt, is looking intently at a large, ancient, light-colored pottery jar displayed in a museum. A woman is partially visible behind her, also looking at the jar. The background shows other museum exhibits and lighting.

# Consejos prácticos para solicitar financiación

Consejos prácticos...

# 1. ¡INVESTIGA!

- ✓ Lee todo lo que puedas acerca de la organización a la que vas a solicitar financiación: web, artículos, entrevistas, proyectos o entidades a las que ya apoyan...
- ✓ Conocer las motivaciones de la fundación y empaparse del lenguaje que utiliza es importante para conectar y empezar la relación con buen pie.
- ✓ Localiza a sus trabajadores en RRSS (LinkedIn, Twitter...): conoce su trayectoria e intereses, posibles contactos en común...
- ✓ Buscar en IBEX mercado continuo, rankings de empresas en medios de com.. Estudiar las empresas locales o del sector
- ✓ Buscar empresas que han patrocinado cosas parecidas
- ✓ Leer periódico.Ver la tele.Seguir blogsLinkedin,
- ✓ Incluso tener vida social...
- ✓ No fuerces: si vuestros valores, intereses y visión no están alineados, no pierdas ni hagas perder el tiempo.



<http://patrocinioymecenazgo.com/2011/04/03/%C2%BFcomo-elaborar-una-propuesta-de-patrocinio-la-presentacion-como-primera-%E2%80%9Ccarma%E2%80%9D-para-conseguir-patrocinio/>

<http://www.fundacioncontemporanea.com/publica-14/>

Culturayalianzas.es (tienes varias presentaciones)

Fundaciones.org

Observatoriosc.org / compromisorse.com/ <http://www.culturarsc.com/index.php>

Todas las presentaciones de los ponentes de su encuentro de marketing cultural y diversos temas de marketing y *fundraising* en:

<http://asimetrica.org/>

<http://es.slideshare.net/>

gestioncultural.com

<http://www.sponsor-service.com/>

Artículo completo sobre *fundraising*:

[http://www.gestioncultural.com.uy/vinculos/MGC4B\\_4.pdf](http://www.gestioncultural.com.uy/vinculos/MGC4B_4.pdf)

Asociación Española de *Fundraising*\_

<http://www.aefundraising.org/> <http://congresofundraising.jimdo.com/>

### **Información sobre cultura:**

Web de Arteinformado

yorokobu

Newsletter de EXIT, Arteinformado, Xart...

Like en todos los centros culturales (más facebook y Twitter) y marcas que te interesen para seguirles de cerca (más linkedin)

### **Una buena presentación de fundraising:**

[http://es.slideshare.net/PayPerThink/20140604-taller-patrocinios?qid=a088db0a-69e0-4960-8459-61993c1f97fe&v=default&b=&from\\_search=7](http://es.slideshare.net/PayPerThink/20140604-taller-patrocinios?qid=a088db0a-69e0-4960-8459-61993c1f97fe&v=default&b=&from_search=7)

La Fundación Lázaro Galdiano tiene a menudo actividades ligadas al *fundraising*, algunas de ellas gratuitas:

<http://www.flg.es/agenda-de-actividades/conferencias/jornadas-arte-empresa-ii-organismo-medidas-fomento#.VGzOljSG9jR>

### **Profesionales a los que te puede interesar seguir en redes sociales @pepezapata A**

# Motivaciones

- **Oportunidades (acontecimientos)**
- **Coincidencia de públicos**
- **Notoriedad**
- **Identificación con el territorio**
- **Afinidad temática**
- **Prestigio**
- **Publicidad implícita asociada al proyecto**
- **Responsabilidad social**
- **Compensación imagen negativa**
- **Otras motivaciones (colaborar con sector público, introducir un prod...)**
- **Organismos oficiales, se adapta a lo que piden. Ej grants europeos o de grandes instituciones como Fund Daniel y Nina Carasso, Fund Rothschild, Terra, financiación europea, becas...**
- **Embajadas o institutos culturales, relación con su país (Inb)**
- **Fundaciones o instituciones culturales, presentaciones más profundas (ej papel)**
- **Marcas comerciales, presentaciones más cortas y ligeras con planes de medios destacados (ej Vodafone)**
- **Agencias de comunicación, realizar la presentación conjuntamente (Carat)**



# PREGUNTAS BÁSICAS PARA UN PROYECTO

**Cómo es el proyecto:** antecedentes si existen (memoria y dossier de prensa son fundamentales para convencer si son buenos) y aspectos destacados y detalle de actos por ejemplo así como presentar a los organizadores (personas o institución) destacando logros pasados

**Cuáles son sus objetivos:** valores y objetivos que deben de ser consecuentes con los del patrocinador (orientados y estudiados).

**A qué público va dirigido:** coherencia entre ellos y el de la empresa

**Quién, cuándo y dónde se lleva a cabo**

**Cuánto cuesta** y qué parte tiene que estar patrocinada

**Qué publicidad va a tener y qué comunicación va a generar:** importante saber si se cuenta con un buen plan y detalle del mismo. En proyectos grandes se detalla y en los pequeños se puede trabajar en términos de rrs

**Qué instituciones o personas de prestigio apoyan** o qué personas de prestigio lo dirigen

**Qué obtiene el patrocinador** (comunicación y publicidad es lo más importante pero también pueden ser beneficios fiscales, beneficios para sus empleados, acciones de rpp...

Consejos prácticos...

## 2. LA IMAGEN ES IMPORTANTE

- ✓ Elabora un buen dossier: visual, bien maquetado, breve, claro y al grano, pero con emoción
  - > Qué, para quién, por qué, cómo, con quién
  - > Algunas herramientas útiles: [Canva](#), [Piktochart](#)
- ✓ ¡Pon en valor tu proyecto! Aporta datos (no necesariamente cuantitativos) y visibiliza los resultados y logros
- ✓ Adecúa el dossier a cada potencial financiador, en la medida de lo posible: lenguaje, información clave...
- ✓ Facilita una página web (o un enlace a RRSS) donde poder ampliar información
- ✓ Genera material gráfico y audiovisual de calidad: cartelera, fotos, vídeos...
- ✓ Mail + llamada muy personalizados y argumentados.
  - Perder el tiempo en cada caso, mandar propuestas sin poder defenderlo y creer en ello no merece la pena.
  - Estudiar antes la persona a la que te tienes que dirigir
  - En empresas muy grandes mejor empezar por cargos más pequeños y convencerles de que vayan subiendo a sus jefes la propuesta.
  - Enterarse de qué agencias de comunicación hacen sus campañas below the line. Ellos lo venderán como si se les hubiera ocurrido a ellos...



Consejos prácticos...

## 3. EL LENGUAJE, MÁS



Estimados señores,

contactamos con ustedes después de conocer su interés y experiencia en el patrocinio de las artes y la cultura.

Como bien saben el fenómeno del patrocinador o sponsor en las artes escénicas es uno de los que más impacto tienen a nivel de posicionamiento de marca. Las consultoras internacionales más especializadas en el sector del branding se están decantando por estrategias de mercado basada en experiencias en vivo (experimental marketing) como elemento diferencial.

Como productora creemos muy interesante explorar el patrocinio de artes escénicas, no solamente por el impacto en la marca del patrocinador del “experimental marketing”, sino por las interesantes ventajas fiscales que conlleva la apuesta por este tipo de estrategias.

Nuestra propuesta esta basada en la obra “/” una obra de teatro que ya ha sido estrenada con éxito en Barcelona, y ha sido seleccionada por la SGAE para su publicación en España y Latinoamérica.

Dicha obra se va a estrenar en el Teatro el próximo y permanecerá en cartel durante tres semanas:

- | es de autoría española joven, arte escénico hecho por mujeres (texto, dirección, producción, actrices protagonistas).
- es un ensayo sobre la locura. Una tragedia cómica que presenta a una mujer perdida en el mundo: los abusos, la soledad, la pobreza, la desazón, la vida que nos atropella...

Por todo ello deseamos a través vincularnos a empresas que apoyen estos valores, que impulsen el arte de firma en el S.XXI, y que escojan la excelencia con que nuestra compañía artística se plantea cada nuevo proceso creativo.

Adjuntamos una pequeña información sobre nuestro proyecto, de

Esperamos poder ampliar la información personalmente por lo que quedamos a su disposición.

Sin otro particular reciban un cordial saludo,

Hola Carlos,

Dudo mucho que tenga tiempo y energía para volver a insistir con todo el trabajo que tengo y todas las cosas que hago. Si consideráis que no es suficiente, mezclar la danza y la música clásica, las bandas y el jazz... todo en un sitio como el de y moviendo a cientos de personas, el ciclo El , la nueva orquesta que sale de esos centros y que tendrá cabida en el Auditorio Nacional... y no se valora el resto de cosas que hacemos, pues ya está todo dicho. Pero gracias. Saludos. (por cierto, te incluyo el apoyo de la Consejería de Educación de que me acaba de llegar).

Consejos prácticos...

## 3. EL LENGUAJE, MÁS



### Contacto institucional y petición de reunión

galicia\_memoria\_2018.pdf  
3 MB

r...\_CS..pdf  
823 KB

Estimada Cristina:

Buenos días! Mi nombre es \_\_\_\_\_ y te escribo en representación de la sede que \_\_\_\_\_ tiene en Galicia, concretamente en la ciudad de Vigo. Ayer tuve la oportunidad de hablar por teléfono con tu compañero Carlos al que le adelanté el motivo de mi contacto y me sugirió que te escribiera directamente. La cuestión es que identificamos este año vuestra convocatoria de proyectos del Programa Arte Ciudadano y ello nos permitió conocer la existencia de vuestra fundación. Estuvimos valorando vuestras bases, conociendo vuestro ámbito de actuación, misión, valores, el estilo de vuestra comunicación y lo que se intuye del espíritu de las personas en cuyo honor existe la Fundación, y he de confesar que todo ello resultó muy, muy inspirador y que fueron días de muchísima “ebullición”. No dudo que nuestro momento y situación institucional en Galicia también contribuyó en gran medida a la confluencia de todas estas emociones y, en cualquier caso, concluimos – considero que con acierto – que no estábamos todavía en condiciones de presentar una candidatura lo suficientemente sólida ni articulada para concurrir a la convocatoria.

Sin embargo, seguimos trabajando – muy intensamente, como suele ser todo en \_\_\_\_\_ - y lo cierto es que, al hilo de lo que estoy compartiendo, no os queremos perder de vista y es por ello el motivo de este contacto. Por motivos personales realizaré una corta escapada a Madrid el próximo miércoles 27 de noviembre y aprovechando esta oportunidad me gustaría plantearte, Cristina, la posibilidad de mantener un encuentro que me permita presentaros nuestro trabajo diario y también nuestros retos y aspiraciones de futuro. De igual modo, sería de gran ayuda para nosotras poder conocer un poco más vuestro funcionamiento y, de ser posible, el enfoque de vuestras futuras convocatorias. Todo ello sería de gran ayuda para terminar de comprender y analizar si nuestro trabajo y esas aspiraciones de las que te hablo están suficientemente alineadas con vuestras pretensiones. **¿Cómo tenéis la agenda el jueves 28 de noviembre? ¿Sería posible “robaros” un ratito de vuestro tiempo?** Para mí sería el día perfecto pero me quedaría un día más en Madrid encantada si no puedes esa fecha y, sin embargo, pudieras tener un hueco el viernes 29.

Dicho todo esto, y sin ánimo de desbordarte con mucha información, entiendo que es oportuno compartir alguna información sobre \_\_\_\_\_ para que también podáis valorar la idoneidad de este encuentro que estamos solicitando. Aunque no es una página específica de lo que hacemos en Galicia, una buena forma de asomarse a nuestro “mundo” es a través de la web que recoge información general del grupo y de su actividad en País Vasco (en donde se encuentra nuestra sede social) y también Asturias. En la firma del mensaje de este correo tienes el acceso a la web y a nuestras redes sociales que funcionan con la misma lógica. Nuestra presencia inevitablemente es menor porque también lo es nuestra dimensión aquí (además de que somos un poco desastre y comunicamos poco lo que hacemos 😊). Por ello, te adjunto la última memoria disponible así como el enlace al apartado de la web en el que puedes ver también la memoria general y otras [https://www.\\_\\_\\_\\_\\_memoria-anual](https://www._____.memoria-anual)

En \_\_\_\_\_ estamos especialmente volcadas en el acompañamiento a personas que se encuentran en situación de exclusión social, muchas de ellas en situaciones muy extremas por encontrarse en la calle, desposeídas de todo tipo de apoyo y mucho más de vínculos relacionales y afectivos que contribuyan a recrear su identidad personal, autodeterminación y la calidad de vida necesaria para el ejercicio de una ciudadanía activa y plena. En estos momentos estamos desarrollando dos iniciativas con las que estamos disfrutando enormemente y que no quisiera dejar de compartir contigo.

Por un lado, el proyecto [P\\_\\_\\_\\_\\_](#) y, por otro, una nueva iniciativa que estamos arrancando, el Proyecto M \_\_\_\_\_ :A, que la Fundación francesa MAISONS DU MONDE ha decidido financiar : \_\_\_\_\_ para su implementación en Vigo. Te adjunto un dossier de presentación de esta iniciativa por si tienes oportunidad y te apetece echarle un vistazo.

Bueno, y disculpa por la extensión de este mensaje. Me he alargado más de lo que deseaba.

Estoy a tu disposición, de la forma que te resulte más cómoda, para contrastar la petición que te formulo. Y, sin más, deseando que pueda resultar posible, aprovecho para enviarte un saludo.

Atentamente,



Consejos prácticos...

## 4. ¡ORGANÍZATE!

- ✓ Suscríbete a newsletters y utiliza las RRSS para mantenerte al tanto de tendencias y oportunidades de financiación
- ✓ Asiste a las principales citas del sector: Pública, Cultura y Ciudadanía, Jornadas de Inclusión, DEMOS (AEF)...
- ✓ ¡No te cortes! Acércate a saludar en jornadas y eventos, llama o escribe si tienes dudas
- ✓ Ficha los patrocinadores, colaboradores y mecenas de proyectos similares al tuyo y búscalos en LinkedIn
- ✓ Elabora un calendario: anota las fechas de apertura y cierre de convocatorias, jornadas, encuentros... ¡Y ponte alertas para que no se te pasen los plazos!



Consejos prácticos...

## 5. ¡DALE A LA SOSTENIBILIDAD DE TU PROYECTO LA IMPORTANCIA QUE MERECE!

- ✓ No lo dejes para más adelante
  
- ✓ Fórmate e infórmate
  
- ✓ Establece tu estrategia y sistematiza tu trabajo de captación
  - Autofinanciación
  - Patrocinios
  - Subvenciones públicas
  - Mecenazgo privado
  - Aportaciones en especie – Pro bono
  - ¡Compartir (y colaborar) es vivir!
  
- ✓ Cuando puedas, contrata a un especialista



Consejos prácticos...

## 6. ¿CÓMO SER RELEVANTE?

Tanto patrocinados como publicistas buscan fórmulas para que las marcas estén en presente en las narraciones de la gente, en la redes sociales, en la cotidianeidad de sus consumidores.

El 84% de los consumidores espera que la marca le dé historias o contenido relevante. Para ello tienen que tener algo que contar, algo que tenga que ver con la imagen que quieren dar con su marca o su producto. ¿Cómo ser **relevantes**? No vale sólo con hacer un buen anuncio o contar una buena historia. El **contenido** tiene que estar unido al **PROPÓSITO**.

Según un estudio de Llorente y Cuenca (David G. Natal) es importante:

- Mantener la **coherencia** y **consistencia** de la historia con la **personalidad, valores y propósito** de las marcas.
- **Construir** permanentemente **contenidos** atractivos, pero sobre todo **relevantes** y **creíbles**.



# Comentarios, preguntas...

# Merci!

[Poctaviodetoledo@fundacioncarasso.org](mailto:Poctaviodetoledo@fundacioncarasso.org)

 [@fdnc\\_es](https://twitter.com/fdnc_es)  
[@fundacioncarasso](https://twitter.com/fundacioncarasso)  
[fundacioncarasso.org](https://www.fundacioncarasso.org)

