



10

Importancia de la procuración de fondos en el marco de la sostenibilidad y el trabajo conjunto de CASE con los Institutos Tecnológicos.

Importancia de la procuración de recursos en el marco de la sostenibilidad y el trabajo conjunto de CASE con los Institutos Tecnológicos

**Mtra. Angélica Careaga
Dr. Germán Campos Valle**

**Instituto Tecnológico de Celaya
Celaya, Guanajuato, 22 de marzo de 2024**

CASE

Council for Advancement and Support of Education

Es una asociación internacional, sin fines de lucro, que tiene como misión impulsar la educación para transformar vidas y a la sociedad en su conjunto.

Es una de las asociaciones educativas más grandes del mundo, con una membresía de más de **3,000 instituciones** de educación superior y escuelas internacionales, agrupando a cerca de **97,000 profesionales de 80 países**.

Impulsa el éxito de sus miembros promoviendo el ***Avance Institucional***, que apoya el **crecimiento de la reputación, fortalece las relaciones y la vinculación institucional, así como la procuración de recursos, favoreciendo el desempeño eficiente y la integridad de quienes colaboran en sus áreas.**

CASE es global



Find more maps at [slidescarnival.com/extra-free-resources-icons-and-maps](https://www.slidescarnival.com/extra-free-resources-icons-and-maps)

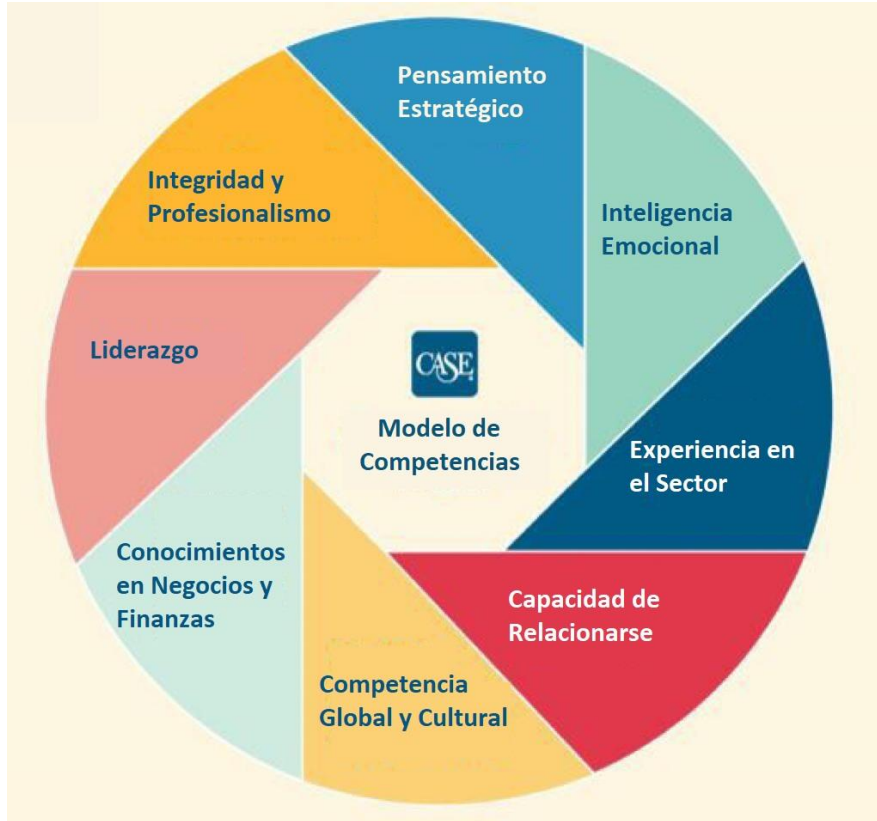
CASE América Latina

Es la región más joven
y tiene 85 miembros

- 62 universidades
- 3 institutos tecnológicos
- 20 escuelas internacionales



Modelo de Competencias de CASE



COMPETENCIAS:

- CONOCIMIENTO
- HABILIDADES
- APTITUDES

Servicios de CASE a sus miembros

- **Capacitación:**

- Congreso Anual CASE América Latina (Marzo 2024)
- Diplomados en línea
- Talleres y Seminarios
- CASE@Campus
- *Study Tours*

- **Publicaciones (impresas y digitales)**

- **Servicios de investigación e información**

- **Programas de reconocimiento**

- **Red de profesionales**



CASE participa desde 2019 en la Red Nacional de Generación de Recursos para la Educación Superior

Coordinación Nacional



La conforman 60 universidades y está organizada en 8 grupos de trabajo



Avance Institucional

Es un modelo estratégico de gestión de las relaciones institucionales, cuyo fin es apoyar a las instituciones educativas en el cumplimiento de su misión.

Lo ejecutan los profesionales de áreas tales como:

- Vinculación con Egresados
- Relaciones con Estudiantes y Académicos
 - Procuración de Recursos
 - Atención a Donantes y Bienhechores
 - Relaciones con Gobierno
- Relaciones con Medios de Comunicación
- Vinculación con Líderes de la comunidad
- Vinculación con Organizaciones de la Sociedad Civil



Beneficios del Avance Institucional

Procuración de Fondos

- Amplía las fuentes alternas de financiamiento
- Permite generar **recursos adicionales**, a través de la filantropía, para apoyar las **prioridades institucionales**
- Fortalece las funciones sustantivas de la universidad

Vinculación con egresados

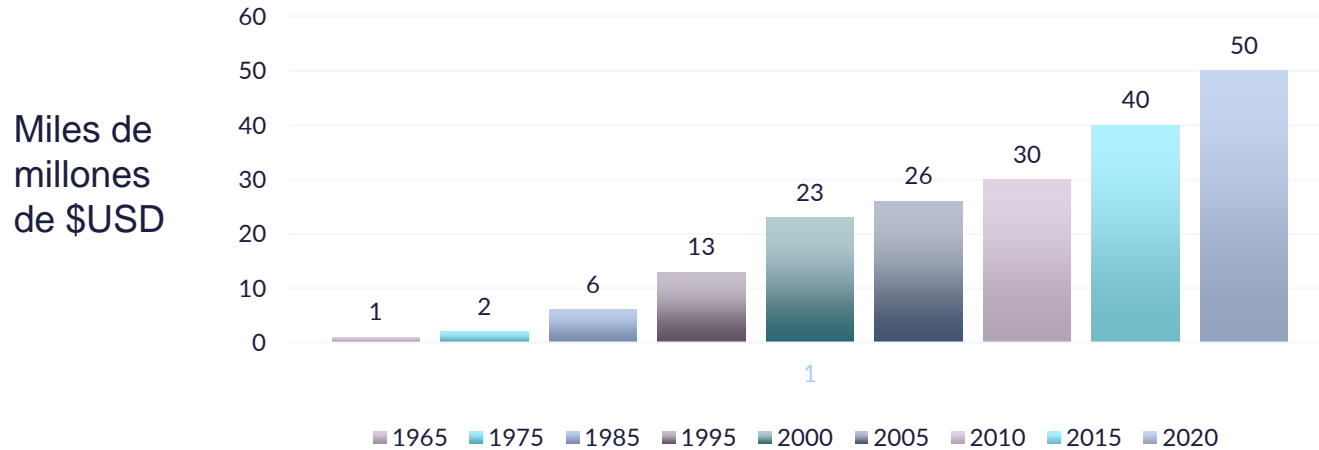
- Permite la relación con los embajadores naturales de la institución
- Incrementa el orgullo por la institución
- Suma y aprovecha las fortalezas de los egresados y su compromiso
- Apoya a la empleabilidad de los alumnos

Comunicación y Mercadotecnia

- Permite promover los valores y logros de la institución en la sociedad
- Al ser transversal, vincula a todas las áreas del Avance Institucional
- Consolida e incrementa la reputación institucional
- **Favorece la construcción de relaciones que fortalecen a la institución**

Donativos a instituciones de educación superior en EUA

Las donaciones crecen año con año, pese a las crisis económicas



Los costos en la educación superior seguirán aumentando

Acceso

Calidad Académica

+ Inflación

= **Costos más altos**

Procuración de fondos exitosa

- CASE define así a un **donativo** para la educación superior:

Acto voluntario que consiste en otorgar recursos personales o corporativos para apoyar a las IES, con el único propósito de beneficiar la misión institucional y potenciar su impacto social.

- Gestionar la obtención de donativos demanda **personal profesional, capacitado** y con un conocimiento integral de la institución.
- Es necesario generar la conciencia social sobre la prioridad de la educación superior para un mejor futuro, así como despertar y favorecer la consecuente generosidad hacia esta causa.

¿Cómo se logra recaudar donativos?



Invirtiendo en personal cualificado

- Brindando capacitación pertinente para su profesionalización
- Asegurando la dedicación de su tiempo



Sensibilizando a la comunidad universitaria de que la procuración de fondos es responsabilidad de todos y en beneficio de todos



Desarrollando una estructura suficiente para asegurar resultados satisfactorios y con una cultura de rendición de cuentas y transparencia hacia los donantes y bienhechores

La oficina de recaudación

- **Tiene responsabilidades encaminadas a lograr una recaudación exitosa:**
 - Identificar posibles donantes e investigar su potencial filantrópico.
 - Alinear los intereses de los bienhechores con las necesidades prioritarias de la institución, desarrollando propuestas y enfoques atractivos y con sentido para solicitar
 - Aprovechar el tiempo del director de manera eficiente, preparando con atención y al detalle los encuentros
 - Comunicarse de manera eficiente con los diversos públicos antes, durante y después de una solicitud
 - Vincularse estratégicamente con exalumnos, empresas, fundaciones, gobiernos y otros públicos relevantes

Algunas premisas

Para comprender la tarea de procurar fondos institucionalmente, es necesario comprender que:

- Los donativos a las instituciones educativas no son limosna ni casualidad.
- No dependen del carisma de las personas responsables o de la naturaleza de las instituciones.
- Se requiere de una estructura de personal suficiente que cuente con las competencias adecuadas.
- La procuración de fondos es un esfuerzo de largo plazo, que debe considerar todo tipo de donativos.
- Implica necesariamente una inversión a realizar por la institución.
- Requiere capacidad para elaborar documentos estratégicos.
- Exige aplomo, tolerancia y tiempo para el proceso de solicitar
- Supone necesariamente la virtud de la gratitud para todos y el reconocimiento para quienes responden positivamente.

Retorno de la inversión

Por cada dólar que se invierte en **procuración de fondos**, las instituciones de educación superior en Estados Unidos reciben un retorno de:

Categoría	Mediana	Promedio
Pública	\$4.35	\$5.53
Particular	\$5.49	\$6.41
Todas	\$4.86	\$5.99

Fuente: *Benchmarking investments in advancement: results of the inaugural CASE Advancement Investment Metrics Study (AIMS)*.
Washington, DC: Council for Advancement and Support of Education, March 2012.

Caso de la Universidad Anáhuac México

Del análisis de los resultados de la procuración de fondos en un período que va del año 2011 al 2020 se determina que:

- El costo de la recaudación de donativos ha sido del 11.2% de lo recaudado.
- Supondría que de cada peso recaudado, 89 centavos se destinarían al proyecto, sin embargo esto es una mera ejemplificación, pues del gasto de recaudación proviene del presupuesto de operación de la universidad. En realidad, de cada peso que se dona, el 100% se destina al fin solicitado.
- También se puede reflejar de esta forma: cada peso invertido en el área de recaudación ha tenido una rentabilidad del 890%

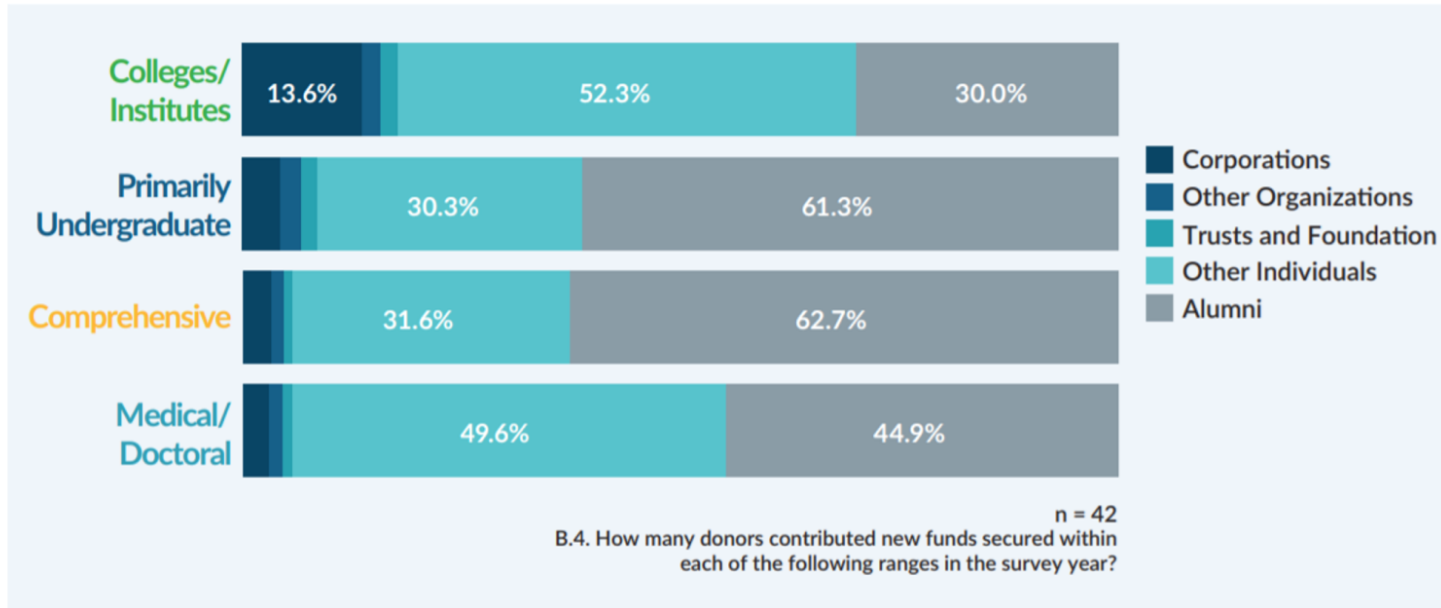
Fuentes alternativas de recursos

- Donativos de personas, familias, instituciones y empresas
- Campañas Capital
- Fondo Anual (donativos recurrentes)
- Crowdfunding
- Recursos gubernamentales de diversa índole
- Sorteos universitarios
- Empresas Universitarias y Servicios Auxiliares
- Patentes y Consultoría
- Fundaciones de todo tipo
- Estrategias fiscales
- Legados y testamentos
- Alianzas comerciales
- Acuerdos de mercadotecnia y patrocinios

Fuentes de donativos en EUA (2020)

2020 Composition of Donor Populations (Funds Secured)

Source: CASE-CCAE Support of Education (Canada), FY2020



El papel del líder

- Dedicar tiempo
- Articular la visión
- Demostrar su pasión
- Valorar a sus voluntarios
- ¡Solicitar!
- Apoyar a su equipo
- Compartir información
- Predicar con el ejemplo
- Generar confianza
- Involucrar académicos



La Vinculación de Exalumnos y la Comunicación Institucional son indispensables

- **La satisfacción de los exalumnos** respecto a su experiencia educativa y su éxito profesional generan una corriente positiva hacia la educación universitaria.
- **Los exalumnos son posibles donantes** y además pueden recomendar prospectos, pues conocen su capacidad financiera y las causas que les interesan.
- La comunicación persuasiva sobre **la calidad académica** de los programas y los **éxitos de los exalumnos** son clave.



Es necesario contar con profesionales en cada área del Avance Institucional

¡Gracias!

Mtra. Angélica Careaga

Directora Ejecutiva de CASE para América Latina

acareaga@case.org

Dr. Germán Campos Valle

Coordinador de la Red Nacional de Generación de Recursos

Director de la Fundación Social Anáhuac

gcampos@anahuac.mx

 55 5400 6772