



Acompaña
AC México

Caminamos contigo para fortalecer tu causa.

MASTERCLASS

“PROCURACION DE FONDOS PARA ONG'S”

Como elaborar un plan de procuracion de fondos.



Julio 2026



C.P. Francisco Mendoza Alvear

INSTRUCTOR



C.P. Francisco Mendoza Alvear



Formación Académica

- Licenciado en Contaduría Pública — UEP
- Maestría en Contribuciones — BUAP
- Maestría en Administración Pública — INAP
- Máster en Coordinación de ONGs para el Desarrollo — CEUPE (2025-2026)



Certificaciones Internacionales

- PM4R Expert 2025 del Banco Interamericano de Desarrollo
- PM4R Professional, Agile y Leadership — BID



Certificaciones CONOCER

EC0615	Elaboración e implementación de un plan de procuración de fondos
EC1429	Verificación del cumplimiento fiscal de una Organización de la Sociedad Civil (OSC)
EC0076	Evaluación de la competencia de candidatos con base en Estándares de Competencia
EC0301	Diseño de cursos de formación del capital humano de manera presencial grupal, sus instrumentos de evaluación
EC0217.01	Impartición de cursos de formación del capital humano de manera presencial grupal
EC0366	Desarrollo de cursos de formación en línea
EC1307	Impartición de sesiones/clases síncronas utilizando plataformas, dispositivos y herramientas digitales
EC0249	Proporcionar servicios de consultoría general
EC0935	Gestión de trabajo por proyectos
EC0401	Liderazgo en el servicio público
EC0402	Presupuestación del Gasto Público con base en Resultados
EC0105	Atención al ciudadano en el sector público



¡Bienvenidos a la Masterclass!



Por favor, escriban en el chat:

- **Su nombre**
- **Desde dónde se conectan**



Nos encantará conocerles 



OBJETIVO GENERAL DE LA MASTERCLASS



Al finalizar, las personas participantes identificarán los elementos principales para elaborar un plan de procuración de fondos y su vinculación con el EC0615.



Objetivos específicos

- Reconocer la importancia de la planeación estratégica en la procuración de fondos para lograr sostenibilidad financiera.
- Identificar los elementos mínimos del diagnóstico institucional previo a la elaboración del plan.
- Distinguir las principales fuentes y estrategias de procuración de fondos aplicables a OSC.
- Comprender cómo definir objetivos, metas económicas, cronograma, responsables y mecanismos de seguimiento.



TEMARIO



Introducción a la procuración de fondos con enfoque sistémico



Diagnóstico institucional de la organización



Diversificación de fuentes y estrategias de procuración



Objetivos, metas y presupuesto del plan



Implementación, cronograma y compromiso del equipo



Seguimiento a donantes, evaluación y presentación de resultados



Pregunta inicial

¿Cuál es hoy el principal reto de tu organización para conseguir fondos?



No tenemos plan

1



No sabemos
a quién pedir

2



No hay
presupuesto claro

3



Falta evidencia
de impacto

4



No damos
seguimiento

5



Dependemos de
un solo donante

6

Indicación: escribe en el chat el número de la opción que más se parece a tu caso.

De pedir donativos a planear sostenibilidad

Solicitud improvisada

- Se pide por urgencia
- No hay meta ni presupuesto
- No hay seguimiento
- El donante no conoce el impacto

Plan de procuración

- Parte del diagnóstico
- Diversifica fuentes
- Define metas y responsables
- Evalúa y cultiva donantes

La procuración no es solo “pedir”; es crear condiciones de confianza para sostener la misión.

De pedir donativos a planear sostenibilidad



Solicitud improvisada

- Se pide por urgencia
- No hay meta ni presupuesto
- No hay seguimiento
- El donante no conoce el impacto



Plan de procuración

- Parte del diagnóstico
- Diversifica fuentes
- Define metas y responsables
- Evalúa y cultiva donantes



La procuración no es solo “pedir”; es crear condiciones de confianza para sostener la misión.

Método sistémico: todo se conecta



El plan ordena la información, conecta actores y permite tomar decisiones con base en necesidades reales.

Ruta del plan de procuración

SECUENCIA DE TRABAJO

1



Diagnóstico

Información, FODA y madurez institucional.

2



Fuentes

Estrategias y vehículos de procuración.

3



Metas

Objetivos, presupuesto y meta económica.

4



Ejecución

Cronograma, responsables y comunicación.

5



Seguimiento

Donantes, indicadores y resultados.

Diagnóstico institucional: antes de pedir

PASO 1



- Razón de existir: misión, visión y valores



- Programas y población beneficiaria



- Estructura organizacional y roles



- Documentación legal, administrativa y financiera



- Antecedentes de campañas y donantes actuales



Sin diagnóstico, la organización pide “por necesidad”; con diagnóstico, solicita recursos para una meta clara.



Información



Decisión

Información mínima que debe tener lista la OSC

DOCUMENTACIÓN Y EVIDENCIA



Se debe contar con: filosofía, estructura, documentación administrativa, legal, financiera y antecedentes de procuración.

Análisis FODA para procurar fondos

NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN



El FODA permite reconocer fortalezas y debilidades internas, así como oportunidades y amenazas externas que afectan la procuración.



- ¿Qué capacidades ya tiene la OSC?



- ¿Qué información falta?



- ¿Qué aliados pueden abrir puertas?



- ¿Qué riesgos afectan la captación?



 Fortalezas	Debilidades 
 Oportunidades	Amenazas 



Ejercicio rápido:
escribe en el chat una fortaleza y una debilidad de tu organización.

Necesidades y presupuesto: traducir la causa en números

DE LA NECESIDAD A LA META



Gastos de operación

¿Cuánto cuesta funcionar?



Programas sociales

¿Cuánto cuesta atender a los beneficiarios?



Ingresos previos

¿Qué recursos ya existen?



Brecha financiera

¿Cuánto falta procurar?



Fórmula práctica

Necesidad real – Recursos disponibles = Meta de procuración



Un presupuesto claro facilita que el donante entienda **para qué** se necesita el recurso y **cómo** se comprobará su uso.

Mejores prácticas y casos de éxito

ACTIVOS DE CONFIANZA



La organización debe convertir sus logros en argumentos de confianza.



Metodologías y modelos de atención



Resultados medibles y casos de éxito



Reconocimientos, certificaciones y alianzas



Historias que muestran transformación



Evidencia documental, fotográfica y financiera



Los donantes apoyan causas, pero deciden por confianza.



Mensaje clave para diapositivas:

“No solo digas lo que haces; demuestra qué cambia gracias a lo que haces.”

Diagnóstico de donantes actuales

RELACIÓN, EXPERIENCIA Y CONFIANZA



Acompaña
AC México

Caminamos contigo para fortalecer tu causa.



¿Quién dona?

persona, empresa, fundación, aliado



¿Por qué dona?

motivación, vínculo, confianza



¿Cómo se le atiende?

agradecimiento, reporte, trato



¿Qué se puede renovar?

cultivo, incremento, recurrencia

1

Prospecto

2

Primer donativo

3

Agradecimiento

4

Reporte

5

Renovación

Diversificación de fuentes: reducir riesgos

PASO 2



Un plan sólido no depende de una sola fuente:
combina estrategias según **madurez, capacidades y costo-beneficio.**



Individuos



Empresas



Subvenciones



Eventos



En línea



**Criterios para
elegir estrategias**



Capacidad
operativa



Costo-
beneficio



Frecuencia



Alineación
con la causa

Estrategias de procuración I

EMPRESAS • INDIVIDUALES • SUBVENCIONES • PREMIOS



Donación de empresas

Aliados corporativos, patrocinios sociales, donativos deducibles o en especie.



Donantes individuales

Personas sensibles a la causa; pueden convertirse en donantes recurrentes.



Subvenciones

Convocatorias de fundaciones, organismos públicos o cooperación internacional.



Premios

Reconocimientos que aportan recursos, visibilidad y legitimidad.

Estrategias de procuración II

EVENTOS • CAMPAÑAS • MEMBRESÍAS • PROCURACIÓN EN LÍNEA



Eventos con causa

Recaudan, visibilizan y crean comunidad, pero requieren presupuesto y logística.



Campañas temporales

Tienen una fecha, meta y mensaje concreto; útiles para urgencias o proyectos específicos.



Membresías

Modelo de aportación periódica que fortalece la relación y la recurrencia.



Procuración en línea

Página web, redes sociales, landing, formularios y métodos de pago.



Estas estrategias requieren comunicación consistente **antes, durante y después** de la campaña.

Estrategias de procuración II

EVENTOS • CAMPAÑAS • MEMBRESÍAS • PROCURACIÓN EN LÍNEA



Eventos con causa

Recaudan, visibilizan y crean comunidad, pero requieren presupuesto y logística.



Campañas temporales

Tienen una fecha, meta y mensaje concreto; útiles para urgencias o proyectos específicos.



Membresías

Modelo de aportación periódica que fortalece la relación y la recurrencia.



Procuración en línea

Página web, redes sociales, landing, formularios y métodos de pago.



Estas estrategias requieren comunicación consistente **antes, durante y después** de la campaña.

Estrategias de procuración III

CROWDFUNDING • VOLUNTARIADO • ESPECIE • OTRAS



Crowdfunding

Campaña digital con meta pública, historia clara, plazos y recompensas simbólicas.



Voluntariado

Tiempo y talento como recurso estratégico para ampliar capacidades.



Donativos en especie

Bienes o servicios que reducen costos y fortalecen programas.



Otras fuentes

Venta de productos con Causa, Prestación de Servicios, cobro de cuotas de recuperación, Eventos con causa (rifas, conciertos, cenas, carreras, etc.)

SORTEO CON CAUSA GALOPE DE ESPERANZA 2026

**PREMIO PRINCIPAL: PICK-UP LOBO
PLATINUM PLUS HEV 2025**

Valor total del premio de 1,789,100.00 MXN



VALOR NOMINAL DEL BOLETO
\$200.00 MXN

FOLIO: 00001

FECHA DEL SORTEO:
**VIERNES 18 DE
DICIEMBRE DEL 2026**

SORTEO CON CAUSA GALOPE DE ESPERANZA 2026

FOLIO: 00001

VIGENCIA: 07 AGOSTO DEL 2026 - 18 DICIEMBRE DEL 2026

DATOS DEL PARTICIPANTE

Nombre: _____

Teléfono: _____

Permiso otorgado por la Secretaría de Gobernación con el número XXXX XXXX.

Emisión de 20,000 boletos foliados del 00001 al 20000, con valor total de la emisión de \$4,000,000.00 MXN, valor total del premio de \$1,789,100.00 MXN, vigencia del 07 de agosto de 2026 al 18 de diciembre de 2026 y permiso SEGOB No. XXXXX

Aserta.

ASEGURADORA ASERTA, S.A. DE C.V.
RFC: AAS9207314T7
Avenida Periférico Sur Número 4829,
Interior Piso 9
Col. Parque del Pedregal
México 14010, Alcaldía Tlalpan, Ciudad
de México
Teléfono: (55) 5447-3900

Fianza Número:	4946-00010-0
Código de Seguridad:	pqlyYYd
Folio:	3874033
Monto de la fianza:	\$1,789,100.00
Monto de este movimiento:	\$1,789,100.00

PÓLIZA DE FIANZA

Lugar y Fecha de Expedición: Ciudad de México, 07 de Agosto de 2026

Movimiento: Emisión

Fiado: CRETEAC, A.C.

Moneda: MXN

Vigencia: De conformidad con el texto de la póliza de fianza.

Aseguradora ASERTA, S.A. DE C.V., en uso de la autorización que le fue otorgada por el Gobierno Federal por conducto de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas en los términos de los Artículos 11° y 36° de la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas, se constituye fiadora:

A Favor de TESORERIA DE LA FEDERACION

Para garantizar por CRETEAC, A.C. el cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones contraídas y derivadas del permiso, cuya vigencia es del 07 de agosto del 2026 al 18 de diciembre del 2026, así como de sus modificaciones o prórrogas, otorgadas por la Dirección General de Juegos y Sorteos, de la Secretaría de Gobernación, hasta por el monto de \$1,789,100.00 (Un millón setecientos ochenta y nueve mil cien pesos 00/100 m.n.), en relación a la realización del(los) sorteo(s) denominado(s) SORTEO CON CAUSA GALOPE DE ESPERANZA 2026 que se llevará(n) a cabo en las fecha(s) siguiente(s) 18 de diciembre de 2026, amparando la formal y cabal entrega de los premios detallados en el permiso de referencia, a sus legítimos acreedores o bien a la Secretaría de Gobernación en caso de que resulten como no reclamados; de conformidad con lo dispuesto en los artículos 21 y 42, del Reglamento de la Ley Federal de Juegos y Sorteos.

Esta fianza estará vigente desde la fecha de su expedición, hasta en tanto no exista autorización expresa y por escrito de su cancelación por parte de la Secretaría de Gobernación en términos de lo establecido en el artículo 41 del Reglamento de la Ley antes mencionada.

La afianzadora denominada ASEGURADORA ASERTA, S.A. DE C.V., acepta expresamente continuar garantizando las obligaciones a que esta póliza se refiere, durante la substanciación de todos los recursos o juicios que se interpongan en contra del fiado hasta que se pronuncie resolución definitiva y cause ejecutoria, de tal forma que su vigencia no podrá acotarse en razón del plazo de ejecución del permiso o de cualquier otra circunstancia, asimismo esta fianza permanecerá vigente aún en los casos que la Secretaría de Gobernación otorgue al fiado prórrogas o autorice modificaciones al permiso, respecto al cumplimiento de sus obligaciones.

PARA VALIDAR LA AUTENTICIDAD DE ESTA PÓLIZA INGRESA A www.aserta.com.mx
CLAUSULAS IMPORTANTES AL FINAL DE ESTA PÓLIZA

Matriz de selección de estrategias

PRIORIZAR PARA EJECUTAR

Estrategia	Si / No	Importancia	Frecuencia
Donación de empresas			
Donantes individuales			
Subvenciones			
Premios			
Eventos de procuración de fondos			
Campañas temporales			
Membresías			
Procuración en línea			
Voluntariado			
Procuración en especie			
Otras			

Usa tres criterios simples:

- ¿Aplica para mi organización?
- ¿Qué importancia tiene?
- ¿Con qué frecuencia se trabajará?

No todas las estrategias son para todas las organizaciones.

La selección debe considerar capacidades reales: equipo, presupuesto, aliados, reputación y tiempo.

Matriz de selección de estrategias

PRIORIZAR PARA EJECUTAR

Estrategia	Sí / No	Importancia	Frecuencia
 Donación de empresas			
 Donantes individuales			
 Subvenciones			
 Premios			
 Eventos de procuración de fondos			
 Campañas temporales			
 Membresías			
 Procuración en línea			
 Voluntariado			
 Procuración en especie			
 Otras			

Usa tres criterios simples:



¿Aplica para mi organización?



¿Qué importancia tiene?



¿Con qué frecuencia se trabajará?



**No todas las estrategias son
para todas las organizaciones.**



La selección debe considerar capacidades reales: equipo, presupuesto, aliados, reputación y tiempo.

Objetivos cuantificables del plan

PASO 3

Dos preguntas guía



¿Cuál es la razón de que exista un plan de procuración de fondos este año?



¿Qué **logrará** la organización mediante el plan en este año?



Ejemplo: recaudar **\$500,000** en **6 meses** para equipar un programa que beneficiará a **120 personas**.

Meta SMART



específica

Clara y concreta.



medible

Cuantificable y verificable.



alcanzable

Realista y con recursos disponibles.



relevante

Alineada con la misión y prioridades.



con tiempo definido

Con fecha límite clara.

Metas por estrategia y presupuesto

CUANTIFICAR LA PROCURACIÓN

ESTRATEGIA	MONTO ESPERADO EN EFECTIVO	MONTO ESPERADO EN ESPECIE	NÚMERO DE DONANTES O CONVOCATORIAS	PERÍODO DE CAMPAÑA
 Donantes empresariales	\$ 2,500,000	\$ 0	30 donantes	Enero – Junio 2026
 Subvenciones	\$ 2,000,000	\$ 0	5 convocatorias seleccionadas de 10	Febrero – Agosto 2026
 Eventos	\$ 1,000,000	\$ 300,000	2 eventos de procuración de fondos	Marzo – Mayo 2026
 Donantes individuales	\$ 200,000	\$ 0	300 donantes individuales	Enero – Diciembre 2026
 Crowdfunding	\$ 50,000	\$ 0	1 campaña de crowdfunding	Abril – Julio 2026
TOTAL	\$ 5,750,000	\$ 300,000	337 donantes / 7 convocatorias	Enero – Diciembre 2026

La meta económica debe distribuirse por estrategia:

-  monto esperado en efectivo
-  monto esperado en especie
-  número de donantes o convocatorias
-  periodo de campaña
-  responsable e indicador



Actividad por chat: “Mi OSC necesita recaudar \$_____ para lograr _____.”

Comité de Procuración de Fondos

PASO 4

La procuración no debe recaer en una sola persona.

Consejo



abrir puertas y
validar estrategia

Dirección



coordinar prioridades
y aliados

Procuración



gestionar campañas
y donantes

Finanzas



presupuesto,
comprobación
y reportes

Operación



evidencia, programas
e impacto

Cronograma de implementación

PLANEAR • DESARROLLAR • CALENDARIZAR



Acompaña
AC México

Caminamos contigo para fortalecer tu causa.



Un cronograma debe indicar actividades, responsables, fechas y entregables.



Corto plazo:
preparación



Mediano plazo:
captación



Largo plazo:
sostenibilidad

Seguimiento y cultivo de donantes

PASO 5

El donativo no termina cuando entra el dinero: termina cuando el donante **sabe qué cambió gracias a su aportación.**



Gracias

respuesta rápida y
personalizada



Evidencia

uso del recurso y
resultados



Relación

comunicación y
cercanía



Renovación

segunda solicitud o
recurrencia



Indicadores básicos: donantes nuevos, renovaciones, no renovados, incremento/decremento y meta financiera.

Evaluación e indicadores

RESULTADOS Y MEJORA CONTINUA

Evaluar permite saber **qué funcionó, qué costó y qué impacto generó.**



Financieros

monto recaudado, costo de campaña, ROI



Cuantitativos

donantes, contactos, beneficiarios, actividades



Cualitativos

satisfacción, testimonios, percepción de confianza



Impacto

cambios observables en población objetivo



El informe debe mostrar resultados de ejecución y resultados de impacto social.

EC0615: ruta profesional de certificación

CONOCER

El EC0615 certifica la elaboración e implementación de un plan de procuración de fondos.

-  **1. Diagnóstico** : Analiza la situación actual, identifica necesidades, recursos y oportunidades.
-  **2. Planeación** : Define objetivos, estrategias, metas, público objetivo y presupuesto.
-  **3. Desarrollo e implementación** : Diseña mensajes, materiales y ejecuta las estrategias de procuración de fondos.
-  **4. Evaluación** : Mide resultados, analiza impacto y determina el cumplimiento de los objetivos.
-  **5. Seguimiento** : Da seguimiento a donantes, reporta resultados y fortalece la relación para la sostenibilidad.


conocer
conocimiento • competitividad • crecimiento

ESTÁNDAR DE COMPETENCIA

1. Perfil del Estándar de Competencia

Estándar de Competencia
Elaboración e implementación de un plan de procuración de fondos

Elementos 1 de 5
Diagnóstico de la situación de la institución

Elemento 2 de 5
Planeación del plan de procuración de fondos para la sostenibilidad de la organización

Elemento 3 de 5
Desarrollo de las acciones de procuración para la sostenibilidad de la organización

Elemento 4 de 5
Ejecución de acciones del plan de procuración de fondos

Elemento 5 de 5
Evaluación del plan para la sostenibilidad en la organización

Fernando de Estándar de Competencia
N-FO-02Versión
7.0Página
3 de 15



El estándar te convierte en un especialista en la procuración de fondos

Invitación a certificarse

SIGUIENTE PASO


Acompaña
AC México

Caminamos contigo para fortalecer tu causa.

La procuración de fondos se **planea**, se **ejecuta**, se **agradece**,
se **evalúa** y se **mejora**.



Capacitación y certificación EC0615

Elaboración e implementación de un plan de procuración de fondos



1

Diagnóstico
institucional



2

Plan de procuración
y comunicación



3

Estrategia y
vehículos de captación



4

Evaluación y seguimiento
a donantes



Acompaña AC México

Caminamos contigo para fortalecer tu causa.

