



CÓMO ENCONTRAR RECAUDADORES DE FONDOS EFICACES



ÍNDICE

3 Por qué hay quien no tiene a los profesionales que necesita

5 Diseñar el puesto y establecer el perfil adecuado

7 Beneficios de una selección bien hecha

10 Cómo encontrar a la persona que necesitamos

11 Cómo evaluar las candidaturas sin dejarse llevar por falsas impresiones

13 Especialistas en la selección de fundraisers

POR QUÉ HAY QUIEN NO TIENE A LOS PROFESIONALES QUE NECESITA

—○—
Elegir a una persona inadecuada para esta función supondrá agravar los problemas financieros

No es fácil encontrar profesionales experimentados en la captación de fondos o personas con las aptitudes necesarias para ofrecer resultados rápidos mientras aprenden esta especialidad del marketing. Los primeros son muy escasos y no les suele faltar el trabajo. Los segundos son muchos más, pero difíciles de identificar.

persona inadecuada para esta función supondrá agravar los problemas financieros. Puede que les cueste más de lo que recauda. Incluso si la persona es competente, la impaciencia en la consecución de resultados a menudo les impulsa a ejercer sobre ella una presión exagerada y a no darle tiempo para que su labor fructifique.

—○—

Las organizaciones pequeñas y medianas suelen pensar en contratar a recaudadores de fondos con dedicación exclusiva cuando tienen dificultades económicas. Es típico que se lo planteen cuando tienen que dar un giro a su estrategia de financiación, dependiente en gran medida de un apoyo público menguante, para acceder a fondos privados que no saben de dónde y cómo pueden obtener. Elegir a una

Hay también quienes se plantean que habría que contratar a alguien para esta función, pero no terminan de dar el paso. Las urgencias del día a día absorben su atención. Cuando se centran en ello, no saben por dónde empezar a buscar. Ni siquiera tienen claro qué pueden ofrecer. ¿Deben fijar un salario competitivo o es mejor que sea remunerado por sus resultados?



Cuando los problemas financieros se tornan acuciantes o cuando se quiere sustituir a una persona que no da los resultados que se esperan de ella, a menudo la búsqueda se hace de forma apresurada. La urgencia entra en tensión con el rigor con el que debemos afrontar un proceso de selección.

Las organizaciones grandes (en tamaño o en presupuesto) ya dejaron atrás estos dilemas básicos. Buscan acrecentar sus plantillas o encontrar sustitutos para cubrir puestos que experimentan una alta rotación. A pesar de que cuentan con departamentos de recursos humanos o recurren a servicios profesionales externos, que les facilitan mucho la búsqueda de candidatos y la selección, a menudo tienen dificultades para cubrir ciertos puestos. Por una parte, los de perfil gerencial, ya que se suele buscar a personas con amplia experiencia en la captación de fondos. Por otra, de algunos puestos especializados, como por ejemplo uno que requiera conocimiento de los mecanismos de la financiación de organismos intergubernamentales, como la Unión Europea.

Cuanto más pequeña es la organización, más difícil resulta la búsqueda. Se espera encontrar un hombre o mujer orquesta que sepa tocar todos los instrumentos, desde persuadir a una empresa a que colabore a organizar un acto público de recaudación de fondos, pasando por sacar más provecho al sitio web institucional. Encontrar una persona que

reúna todas las competencias que ha de tener un departamento de marketing resulta casi siempre un propósito vano. Máxime cuando la organización no está en condiciones de ofrecer más que una modesta remuneración y ningún soporte significativo (sistemas, formación y dotación presupuestaria) para que el profesional pueda dar los resultados apetecidos en un tiempo razonable.

Las convocatorias deben estar redactadas de forma atractiva para atraer el talento. Las ONG no se caracterizan precisamente por las altas remuneraciones que ofrecen. Tienen que compensar esta desventaja competitiva con el atractivo de la causa que persiguen, las posibilidades de desarrollo profesional y las condiciones laborales ventajosas. Nunca faltarán multitud de candidaturas mientras haya una elevada tasa de desempleo, pero lo importante no es el número sino su calidad.



La organización debe pensar muy bien qué puede ofrecer a los candidatos. Además de fijar una remuneración que considere digna o incluso competitiva, ha de ser capaz de ilusionar a los aspirantes con la posibilidad de contribuir a su causa y ofrecer unas condiciones laborales atractivas (buen clima laboral, estilo de dirección participativo, flexibilidad horaria, apoyo para la formación, etc.) que hagan de ese puesto una opción atractiva a pesar de que la remuneración pueda ser baja. El salario emocional ha sido siempre uno de los mayores alicientes de trabajar en una ONG como alternativa al sector privado.

DISEÑAR EL PUESTO Y ESTABLECER EL PERFIL ADECUADO

El primer paso en un proceso de selección riguroso es realizar una correcta descripción del puesto. Solo si vemos con toda claridad qué funciones tendrá que desempeñar se podrán identificar las competencias que necesita tener el titular del puesto. Muchos procesos se alargan en exceso porque no se define bien el perfil y durante el proceso se comprueba que las candidaturas no responden a lo que se busca realmente. En muchos casos se emplean generalidades descriptivas, tanto de en qué consiste el puesto como de los requisitos de los candidatos. Esto implica una gran pérdida de tiempo para seleccionadores

y candidatos. En ocasiones, hace que el proceso de selección tenga que repetirse. O, lo que es aún peor, conduce a tomar la decisión errónea por la urgencia en cubrir el puesto.

Podemos encontrar perfiles muy diferentes de recaudadores de fondos según las funciones a desempeñar. Un problema común es que como una sola o unas pocas personas tienen que desarrollar la captación de fondos a través de diversos métodos se buscan personas capaces de llevar a cabo todos ellos. Esta pretensión lleva a menudo a cometer alguno de estos errores:

PERFIL EXCESIVAMENTE EXIGENTE

La selección se convierte en la búsqueda de una aguja en un pajar debido a un exceso de requisitos imprescindibles. Esto ocurre porque se quieren abarcar varios perfiles en un mismo puesto.



PERFIL AMBIGUO Y MAL DEFINIDO

Dificulta la selección porque no se dispone de criterios claros para clasificar las candidaturas en la preselección, para definir los aspectos a evaluar y para valorar la adecuación del perfil al puesto.

PERFIL INCOHERENTE

Determinadas tareas requieren un tipo de competencias incompatibles con las competencias requeridas para otras tareas del puesto. Estaríamos buscando un perfil imposible porque requiere perfiles opuestos.



Podemos distinguir entre:

PERFILES DE GESTIÓN

Implican competencias como la planificación, la organización, el liderazgo y la toma de decisiones.

Por ejemplo, si la persona ha de establecer relaciones y contactar con grandes donantes requiere unas buenas habilidades sociales y técnicas de comunicación, persuasión y negociación. En cambio, si su función es la gestión y explotación de la base de datos no serán necesarias esas habilidades sino que tendrá que conocer técnicas de marketing de bases de datos y tener capacidad analítica y precisión.

Hay que definir adecuadamente el perfil del puesto y saber dónde encontrar buenos candidatos para ese perfil específico. Pongamos el caso de una organización que busca a un encargado de la relación con grandes donantes. Seguramente creerá que lo mejor es contar con una persona con muchas dotes para la venta y con experiencia en el campo comercial. Buscará esa clase de persona que se considera capaz de vender cualquier cosa. Sin embargo, tal vez desdeñe considerar el compromiso con la causa, ese ingrediente que hace posible que un potencial gran donante perciba una pasión contagiosa por la causa que nunca le transmitirá el vendedor profesional. Por esta razón, a menudo convendrá buscar este perfil entre los voluntarios más comprometidos de la organización que puedan querer trabajar como empleados. Entre aquellos que, además de creer tanto en la causa como para trabajar por ella sin percibir remuneración, tengan una buena capacidad para las relaciones sociales.

PERFILES TÉCNICOS

Requieren conocimientos especializados en métodos y/o técnicas específicas que pueden ser muy variadas y requerir, por lo tanto, diferentes competencias.

Definir la formación y la experiencia requeridas facilita la elección de las fuentes más adecuadas de reclutamiento y la posterior preselección de las candidaturas. La formación específica en recaudación de fondos tiene un desarrollo muy reciente y es un tanto básica. Con frecuencia resulta difícil encontrar candidatos que posean formación en este campo. Sin embargo, no se trata tanto de poseer una titulación determinada sino de especificar el tipo y nivel de los conocimientos exigidos.

Por otra parte, la recaudación de fondos es un trabajo que se ha de realizar en equipo cuando se alcanza un cierto nivel de desarrollo (muchas veces es inevitable que comience siendo el trabajo de una sola persona). A la hora de elaborar el perfil tendremos en cuenta cómo está configurado el equipo, cuáles son sus puntos fuertes y débiles, sus necesidades y expectativas futuras.

Aunque no podemos definir un perfil único de recaudador de fondos, sí podemos señalar competencias fundamentales para dedicarse a esta profesión, sea cual sea el perfil, como son la orientación a resultados, la perseverancia, el trabajo en equipo y el compromiso con los valores y fines de la organización.

BENEFICIOS DE UNA SELECCIÓN BIEN HECHA

La selección de personal nunca resulta fácil, ni siquiera cuando se cuenta con personal especializado para llevarla a cabo. Tiene un impacto crítico en la eficacia de una organización. El riesgo de equivocarse es muy alto cuando tienen que llevarlo a cabo personas sin preparación específica, que tienen muchas otras cosas que hacer. A veces

se ocupa de ello un pequeño grupo de personas que tienen prioridades distintas y a los que cuesta coordinar sus agendas.

Se trata de un proceso complejo, que puede extenderse a lo largo de unos dos meses y que puede estructurarse de esta forma:



1. ANÁLISIS DE NECESIDADES

En esta fase realizamos una descripción funcional del puesto y lo colocamos dentro del organigrama. Establecemos el perfil que tiene que tener su titular. Aunque empleemos denominaciones genéricas como recaudador de fondos, debemos saber que hay que dotar al puesto de un contenido específico que puede ser muy diferente de una organización a otra.

2. CAPTACIÓN DE LOS CANDIDATOS

Este es un paso muy importante en el que hacer las cosas bien nos puede ahorrar mucho tiempo y dinero. Si sabemos dónde buscar y cómo mostrar nuestra oferta de forma atractiva, conseguiremos candidaturas cualificadas. De no ser así, el resto del proceso puede ser inútil y puede obligar a repetirlo.

3. PRESELECCIÓN POR CURRÍCULUM Y ENTREVISTAS PERSONALES

Sirven para cribar las candidaturas a fin de que el proceso conlleve un esfuerzo razonable. Lo ideal es que a las entrevistas lleguen los mejores y el problema sea que no sabemos con quién quedarnos.



BUENAS PRÁCTICAS EN LA REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS

- Decide cuáles son las **habilidades esenciales** y la **información** que consideras imprescindible conocer de tus candidatos y prepara preguntas para su **evaluación**.
- Prepara el **ambiente de la entrevista**. Privado, sin interrupciones o molestias ambientales.
- **Da la bienvenida**. Conviene que alguno de los entrevistadores reciba a los candidatos para que se genere un clima de confianza de camino a la sala de las entrevistas.
- **Haz que los entrevistados se sientan cómodos**. Ya es suficientemente estresante para ellos, así que procura que no les resulte todavía más difícil.
- Comienza por **explicar de forma clara y concisa los detalles generales** de la organización y del puesto.
- **Pregunta de inicio algo de carácter general**, tal como: ¿Qué es lo que te resulta interesante del puesto? O: ¿podrías decirme por qué te interesa trabajar para esta organización?
- Realiza **preguntas abiertas**, que permitan al candidato expresar más que un sí o un no.
- Asegúrate de que **la conversación descansa en un 90% por los entrevistados**. Tu intervención se debe limitar a las preguntas.
- Piensa en **cómo le harán sentir al entrevistado tus preguntas**. Tu principal responsabilidad como entrevistador es comprender a la otra persona, no intimidarla.
- Intenta **aclarar los puntos que te resulten dudosos del currículum** de los entrevistados aprovechando que los tienes delante.
- **Dale a los entrevistados la oportunidad de realizar sus propias preguntas**. En muchas ocasiones resultan reveladoras y también ayudan a que los candidatos muestren su valía y potencial.
- **Realiza las mismas preguntas a todos los candidatos** para que se puedan comparar las respuestas y extraer conclusiones objetivas. Es posible, no obstante, que tengas que realizar además preguntas adaptadas a las diferentes respuestas que te vayan dando.
- **Se deben realizar anotaciones de todas las entrevistas** para que posteriormente se puedan respaldar las decisiones tomadas.

CÓMO ENCONTRAR RECAUDADORES DE FONDOS EFICACES

Muchas organizaciones concluyen el proceso con la realización de una sola entrevista a los candidatos que tienen un mejor currículum. Esto hace que la evaluación resulte insuficiente y que puedan guiarse por las apariencias de los candidatos que mejor dominan la técnica de las entrevistas o que se muestran más seguros de sí en ellas.

Para conocer mejor las aptitudes de los candidatos, sobre todo en aquellos rasgos que no se pueden evaluar meramente conversando, hay que desarrollar las siguientes fases:

4. PRUEBAS

Hay que aplicar una serie de **pruebas** bien escogidas (de personalidad, de inteligencia, de competencias, de conocimientos técnicos, etc.). La cuestión es que deben ser diseñadas y valoradas por profesionales con la preparación necesaria. Estas pruebas, particularmente los test de inteligencia, constituyen los mejores predictores del desempeño futuro de los candidatos.

7. OFRECIMIENTO DEL PUESTO Y CONTRATO

El **ofrecimiento del puesto y el contrato** se realizan cuando tenemos claro quién es el candidato más apto. El ofrecimiento se puede comunicar por distintos canales, pero lo más habitual hoy día es hacerlo por teléfono, con el apoyo del correo electrónico o postal. Las características generales del puesto y del contrato se pueden incorporar al comunicado escrito. El contrato en sí deberá recoger todos los detalles de la nueva relación. Si existe departamento de RRHH probablemente dispondrá de contratos modelo. Si no, habrá que solicitar servicios profesionales para que lo confeccionen. Una vez que lo tengamos listo citaremos al nuevo empleado para la firma.

5. ENTREVISTA FINAL

Una vez identificados los candidatos con mayor potencial, procederemos a realizar una segunda y última **entrevista**. Esta vez en **profundidad**. Cualquier duda pendiente de aclaración se deberá resolver en este momento. Diseñaremos preguntas para intentar obtener información valiosa que nos permita realizar la elección final entre las candidaturas finalistas. A estas alturas del proceso, es probable que haya candidaturas muy igualadas que hagan difícil la decisión final. Los candidatos también tendrán oportunidad de preguntar para resolver sus propias dudas.

8. ACOGIDA EN LA ORGANIZACIÓN

Todos sabemos que se trata de una fase delicada. Hay que intentar que sea lo más agradable posible, evitar un estrés innecesario, por el bien del recién incorporado y de la propia organización. Lo ideal es diseñar un protocolo de acogida que implique una incorporación progresiva y con apoyos. Muchas organizaciones lo tienen y da buenos resultados. Si en la cultura organizacional se instaura el apoyo al recién incorporado, la transición es más suave. El grado de ansiedad inevitable por el nuevo entorno se reduce y el desempeño personal ofrece mejores resultados en menor tiempo.

6. PETICIÓN DE REFERENCIAS

Con el fin de asentar nuestra decisión final sobre la base más sólida posible, pediremos **referencias**. Lo habitual es interesarse por las dos últimas experiencias profesionales del candidato, aunque también podemos seleccionar aquella experiencia más directamente relacionada con el puesto que ofrecemos. Si el candidato se encuentra en activo deberemos preguntar si hay algún problema en contactar con su actual empleador, en caso de que nos interese. En cualquier caso, las preguntas que realicemos a los contactos proporcionados habrán de estar únicamente relacionadas con el desempeño del puesto. Cualquier otra información solicitada quedará fuera de lugar.

Un proceso de selección bien desarrollado te ahorrará tiempo y dinero. Tendrás muchas más posibilidades de encontrar el personal idóneo. Y tendrá un beneficio subsidiario nada desdeñable: dar una buena imagen de la organización, incluso a los candidatos que no han sido escogidos.

CÓMO ENCONTRAR A LA PERSONA QUE NECESITAMOS



Muchos no saben por dónde empezar a buscar. No conocen los mejores lugares donde publicar su oferta. Al final, se limitan a difundirla en sus círculos cercanos o como mucho la publican en su sitio web. Otras que tienen algo más de conocimiento de los métodos de reclutamiento publican su oferta de trabajo en algún portal de empleo, del que no siempre se obtienen los resultados apetecidos.

Si se buscan personas con experiencia en captación de fondos, los portales generalistas de búsqueda de empleo no resultarán muy eficaces, ya que no poseen filtros que permitan identificarlas. En tal caso es conveniente utilizar fuentes especializadas en el tercer sector o que posean bases de datos de candidatos con estos perfiles, como estas:

Redes de contacto profesionales, entre ellas LinkedIn

Sitios web como Hacesfalta.org

El propio sitio web de la organización

Boca a boca

Si se admite a personas sin experiencia, pero que tengan un bagaje profesional que requiera aptitudes análogas, podemos acudir a fuentes de reclutamiento generalistas. No obstante, tendremos que afinar muy bien qué es lo que buscamos en ellas, porque de otro modo puede producirse una avalancha de candidaturas que nos hará consumir mucho tiempo en separar el trigo de la paja.

Para medir el potencial de estos candidatos sin experiencia directa es necesario diseñar un proceso específico en el que se utilicen diferentes técnicas de evaluación que permitan contrastar los resultados y aumentar así su fiabilidad y validez predictiva. Este incluirá la evaluación de:

Valores

Conocimientos y aptitudes

Competencias

Motivaciones

Se pueden emplear cuestionarios que permitan filtrar las candidaturas de acuerdo con estos criterios, muchos de

los cuales no pueden conocerse únicamente con la lectura del currículum.

CÓMO EVALUAR LAS CANDATURAS SIN DEJARSE LLEVAR POR FALSAS IMPRESIONES

Ningún método de selección garantiza un buen resultado. No podemos saber con total seguridad cómo se desempeñará una persona en el futuro, pero podemos aumentar la probabilidad de acierto en esa predicción si utilizamos métodos de evaluación fiables y si contrastamos los resultados obtenidos con técnicas diferentes.

Lo primero que hay que hacer es una **recogida sistemática y ordenada de las candidaturas**, velando por el cumplimiento de las condiciones de privacidad que establece la legislación sobre protección de datos y las reglas básicas de la discreción.

A continuación hay que hacer un **buen cribado de los currículos o de los cuestionarios** antes mencionados. Quienes hagan este trabajo tienen que saber interpretar muy bien la información que figura en ellos, incluso leyendo entre líneas. La información que proporcionan los candidatos puede estar magnificada o expuesta de forma ambigua, como forma de **maquillar** sus puntos débiles. Muchos puede referir una experiencia inconcreta en captación de fondos, sin detalle de en qué consistieron y mucho menos qué resultados produjeron, que puede llevar fácilmente a engaño.

La entrevista es un proceso de investigación: se establecen hipótesis, se recogen datos y se evalúan. Junto con completar la información que figura en el currículo o en el cuestionario de solicitud, ayudando a entenderla mejor, permite ahondar en la trayectoria y en las motivaciones del candidato. Es importante que las preguntas no se planteen de una forma en que el candidato adivine cuál es la respuesta deseable. Por ejemplo, si la convocatoria indica que se requiere trabajar bajo presión, es del todo inútil preguntar si se tiene tal capacidad, porque la respuesta no puede ser sino afirmativa por más que no sea cierto. Por eso se suele recurrir a las **preguntas basadas en incidentes críticos**, esto es, que tratan de averiguar los patrones de comportamiento haciendo que el candidato reviva su actuación en situaciones pasadas que sean muy significativas.

Una vez escogido un pequeño número de candidaturas válidas, en torno a diez, comienza la selección propiamente dicha. Una técnica fundamental será la **entrevista**. Durante el proceso se realizan varias entrevistas, aunque la más decisiva es la entrevista en profundidad. Debe ser diseñada y, mejor aún, contar con la participación de un especialista que tenga conocimiento de los perfiles de recaudación de fondos.

Junto con un fino olfato para detectar las candidaturas con verdadero potencial, hay que tener tiempo para **procesar una gran cantidad de documentos**. Leer cientos de currículos de forma continuada es una labor **harto** fatigosa. Y este cansancio puede minar el interés y la atención con la que se examinan muchas de las candidaturas. Si, para aligerar esta pesada carga, se distribuye el trabajo entre diferentes personas, la pre-selección tendrá el sesgo de la apreciación subjetiva de cada cual.

La entrevista, aunque indispensable, no puede ser el **único método** de selección porque ni la mejor de ellas permite valorar **todas las aptitudes y saberes requeridos**. Para ello hay que someter al candidato a **pruebas**.

Además de conocer la metodología, es fundamental utilizar **modelos explicativos** que nos ayuden a interpretar y comprender la información verbal y no verbal que surge durante la entrevista. El modelo se basa en el conocimiento en profundidad del puesto a cubrir y del perfil idóneo. Por ejemplo, si el puesto implica la gestión de equipos necesitaremos un **perfil** de liderazgo, pero tendremos que tener claro qué entendemos por liderazgo y qué tipo de **líder** es necesario en nuestro caso, cómo se **comporta** y en qué conductas podemos detectarlo o cuáles son incompatibles con el perfil que necesitamos. A partir del modelo definimos lo que vamos a observar. Cuando no tenemos modelos que nos ayuden a dar significado a lo que observamos cometemos más errores, tendemos a interpretarlo de acuerdo con nuestros valores, prejuicios, intuición o experiencia.

Es importante que las entrevistas tengan un **contenido uniforme**, aunque no deben ser idénticas porque se trata de conocer a los candidatos en su singularidad. El tiempo dedicado a cada **candidato**, el contenido y estilo de la entrevista, deben ser similares. En muchas ocasiones las entrevistas consisten en la confirmación de los datos reflejados en el CV. Esto no solo es una pérdida de tiempo sino que, además, da muy mala imagen de la propia organización, imagen de dejadez y poca implicación.

CÓMO ENCONTRAR RECAUDADORES DE FONDOS EFICACES

La elección de las pruebas más convenientes depende de las exigencias particulares del puesto a cubrir y de la organización. Podemos clasificarlas en:

PSICOLÓGICAS

Evalúan las características o rasgos psicológicos de las personas (inteligencia, aptitudes, rasgos de personalidad, intereses y motivaciones).

PROFESIONALES

El candidato debe realizar una tarea laboral concreta. Sirven para comprobar si el candidato posee las competencias técnicas que exige el puesto. Puede tratarse, por ejemplo, de atender una queja o de redactar una carta de solicitud de fondos.

SITUACIONALES

Son pruebas que permiten simular total o parcialmente una situación. Se utilizan para determinar hasta qué punto el candidato posee las competencias exigidas por el puesto. Por ejemplo, podemos utilizar el *role-playing* para valorar la capacidad de venta o realizar una presentación para valorar la capacidad de expresión oral. Desarrollar una presentación sobre un tema complejo (y en algunos casos participar posteriormente en una discusión al respecto) permite a los entrevistadores no solo evaluar habilidades verbales, sino también de análisis, de razonamiento, conocimientos técnicos y actitudes.

CONOCIMIENTOS

Permiten medir el nivel de conocimientos sobre un tema. Por ejemplo, un caso práctico que permita evaluar el pensamiento estratégico o la interpretación de los datos sobre resultados de una acción de captación para comprobar que sabe utilizar las métricas adecuadas.

DISCUSIONES EN GRUPO

Sirven para evaluar competencias a varios candidatos simultáneamente en una situación de trabajo grupal. Estas pruebas son adecuadas cuando tenemos que valorar competencias de análisis, toma de decisiones, solución de problemas, comunicación oral, colaboración, flexibilidad, tolerancia a la tensión, iniciativa, planificación/organización y conocimientos técnicos.

Con frecuencia son muchas las aptitudes y conocimientos que conviene evaluar para maximizar su valor predictivo del desempeño futuro. El currículum y la entrevista ponen mucho énfasis en el pasado del candidato. Sin embargo, este pasado no puede decirlo todo acerca de su potencial. Por esta razón, junto con las preguntas de índole motivacional en la entrevista, es

un conjunto de pruebas bien escogidas lo que mejor puede dar la medida de lo que cabe esperar del candidato. No se pueden realizar demasiadas para no abusar de su tiempo ni provocar abandonos (a mayor cualificación, mayor será la resistencia a someterse a pruebas exigentes). Así que es crucial escoger el repertorio adecuado.



ESPECIALISTAS EN LA SELECCIÓN DE FUNDRAISERS

—○—
Aportamos nuestra propia base de datos de contactos cualificados, con las mejores candidaturas de procesos de selección previos y una amplia red de contactos profesionales
—○—

Hemos tratado aquí de las dificultades que, según nuestra experiencia, padecen muchas organizaciones para cubrir los puestos de captación de fondos. Seguramente habrá otras más que no hayamos reseñado. Muchos directivos se frustran porque no pueden encontrar profesionales que les inspiren confianza o que, tras un tiempo desempeñando el puesto, no proporcionan el rendimiento que esperaban. Se preguntan cómo es posible que no haya personas que puedan hacer bien el trabajo. El problema no es que no las haya, es que no han sabido dar con ellas.

Si en la economía del conocimiento las personas son su más importante activo y ello justifica que se conceda alta prioridad a una buena selección, en el caso de los recaudadores de fondos esta resulta vital. Está en juego el crecimiento y la sostenibilidad de la organización. Por eso, es inexcusable hacerlo lo mejor que se pueda. Somos conscientes de que no todas las organizaciones disponen de personal especializado o de tiempo para llevar a cabo procesos de selección tan completos como los aquí descritos. Por eso, queremos ahorrarte quebraderos de cabeza y reducir los riesgos que

asumes ayudándote a encontrar el profesional que necesitas. Con un coste asequible que no es muy superior al que supondría tu propia dedicación y que compensa con creces el que pagarás si te equivocas.



En la fase de **reclutamiento**, además de nuestro conocimiento de los medios de difusión especializados, aportamos nuestra propia base de contactos cualificados, que se compone de un archivo con las mejores candidaturas de procesos de selección previos y una amplia red de contactos profesionales.

En la fase de **evaluación**, con una panoplia adecuada de pruebas maximizamos las posibilidades de que el futuro recaudador de fondos sabrá hacer su trabajo, tendrá la motivación necesaria para hacerlo y podrá hacerlo con las condiciones y los medios que pone a su disposición la organización.

CÓMO ENCONTRAR RECAUDADORES DE FONDOS EFICACES

Ágora Social aporta un valor único porque:

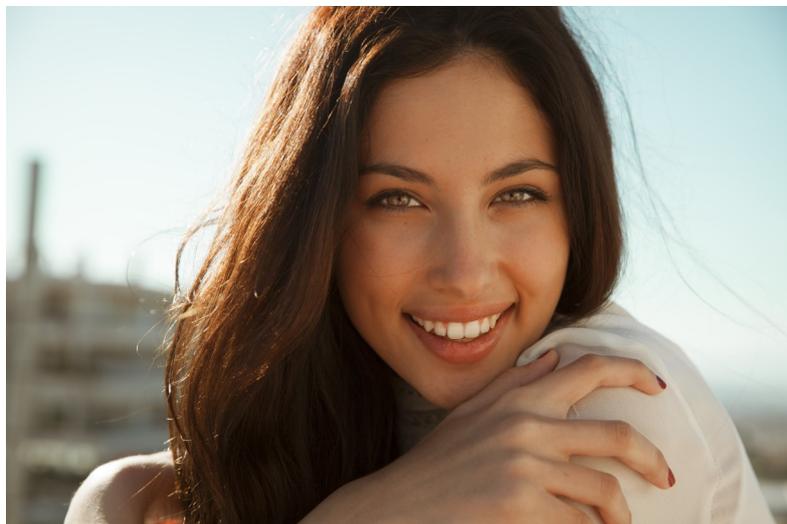
Disponemos de una metodología especializada en perfiles de recaudación de fondos para ayudar a nuestros clientes a revisar la descripción y el perfil del puesto. Contribuimos a que identifiquen con claridad el perfil que le ayudará a lograr sus objetivos.

Nuestra base de datos de profesionales de la captación de fondos se nutre de múltiples fuentes, ya que somos un referente en la captación de fondos, incluyendo la formación universitaria en este ámbito. Nuestro conocimiento del sector y la amplia red de contactos nos permiten contar con posibles candidaturas que no se encuentran en los portales de empleo.

Diseñamos pruebas de evaluación específicas para el puesto ofertado gracias al trabajo conjunto de psicólogos y recaudadores de fondos con experiencia en evaluación y formación de este tipo de profesionales.

Elaboramos planes de formación individualizados y planes de acogida para nuevas incorporaciones. Podemos formar directamente en muchos aspectos de la captación de fondos a estas personas y acompañarles como mentores en sus primeros pasos en el puesto, lo que es especialmente indicado para profesionales noveles en este ámbito.

En el mercado laboral de la captación de fondos, la demanda supera a la oferta. Aspirantes a un empleo hay demasiados, por desgracia. Pero los candidatos cualificados para esta profesión emergente escasean. Encontrar la pepita de oro entre toneladas de arena requiere técnica. Ágora Social la pone a tu disposición.





ÁGORA SOCIAL es una empresa social que ofrece asesoramiento y formación con criterio independiente, investigación propia y sentido práctico. Nuestro equipo trabaja con un bagaje metodológico y de experiencia con muy diversas organizaciones que se ha acumulado a lo largo de más de una década.

ÁGORA SOCIAL
Impact Hub Madrid
C/ Alameda, 22
28014 Madrid
info@agorasocial.com
Tel. +34 679 158 116

www.agorasocial.com

