



**FutureDharmaFund**  
Pass it on

## **Kit de herramientas Triratna para recaudación de fondos Online**

Introducción	2
¿Cuál es la necesidad?	2
¿Quiénes son la audiencia online?	3
Principios de recaudación de fondos (¡buenos para online y modo fuera de línea (offline))	4
Elaborar una petición de apoyo	6
Diferentes canales de difusión	10
Diagrama de flujo de canales	12
Otros recursos próximamente	13

# Introducción



Este kit de herramientas surgió de un conjunto particular de circunstancias: estamos en medio de una crisis global, con coronavirus afectando todas las partes de nuestras vidas, incluida nuestra capacidad de reunirnos como Sanghas, algo que es un énfasis particular y bien valorado dentro de Triratna. Por supuesto, esto también significa que muchas situaciones de Triratna se encontrarán en necesidad financiera, con mucha incertidumbre sobre el futuro de nuestros Centros Budistas y la capacidad de seguir funcionando sin donaciones regulares.

En Future Dharma, reconocemos la ansiedad que esto puede causar y queremos responder, ofrecer apoyo, capacitación y recursos, para que todos podamos superar esta situación y permitir que nuestras preciosas Sanghas prosperen, con la esperanza de que pronto podamos reunirnos en persona.

Como Sangha tenemos mucho que es de valor para las personas en este momento. Podemos ayudar a traer una perspectiva dhármica a este conjunto particular de condiciones y también tenemos las herramientas para ayudar a las personas a responder y vivir su vida con sentido y alineada con cómo son las cosas.

## ¿Cuál es la necesidad?

- Ayudar a los centros a mantener sus finanzas boyantes durante esta transición online y en el futuro, para sobrevivir y prosperar.
- Elaborar una petición de apoyo para solicitudes de dana.
- Desarrollar nuevas formas de dar online.

# ¿Quiénes son la audiencia online?

Los servicios budistas online pueden ser:

- Más accesibles (pragmática y psicológicamente) que un centro físico
- Más buscados

Esto podría atraer:

- Personas (estadísticas demográficas) que normalmente no acudirían a un centro de personas, por ejemplo, personas de color u otros grupos.
- Personas recién llegadas que estén interesadas, pero que no tengan la confianza para una visita física.
- Miembros habituales de la Sangha que desean mantenerse conectados.

Así pues, un amplio espectro de personas, posiblemente ¡mucho más amplio de lo que un centro físico, atraería!

Es probable que haya diferentes razones para que los miembros asiduos de la Sangha y las personas recién llegadas asistan a eventos online.

Miembros de la Sangha:

- Conexión existente con el Dharma / meditación: conocen los beneficios
- Conexión existente con Sangha: conexión emocional con la Sangha, los maestros, el edificio.
- Solidaridad /comprensión del impacto de la falta de ingresos en el centro budista físico, incluidos los costes corrientes, hipotecas, manutención o costos de personal, etc.
- Inversión para evitar que el centro se hunda.
- Comprensión de los beneficios de la práctica del Dharma y un deseo altruista de "pasarlo"



Recién llegados:

- Unirse a una comunidad online
- Recibir enseñanza de Dharma y meditación
- Recibir alguna orientación y apoyo en la práctica del Dharma

## Principios de recaudación de fondos (¡buenos para online y offline!)

Aquí hay una serie de principios y ¡será casi imposible aplicarlos todos de una vez! Tal vez solo intenta estar atento a uno o dos (tal vez aquellos que crees que es más probable que sean tu base de funcionamiento) en cada petición que hagas y agrega uno o dos nuevos principios como enfoque cada vez.



¡Sé tú mismo! Cuando estés haciendo una solicitud de dana, ten en cuenta la tensión potencial en ti mismo entre el ideal y tu experiencia real: puedes estar cansado, harto de usar Zoom, sentirte abrumado o nervioso; todo eso está bien, ¡si eres consciente de ello! Por supuesto, puedes sentirse conectado, a gusto, relajado y eso también es genial.

Lo más importante es que eres auténtico, al mismo tiempo que te enfocas en tu audiencia y no te identificas demasiado con tu propia experiencia.

Conexión Necesitas estar conectado contigo mismo: tu cuerpo, sentirte conectado a tierra y notar cualquier sensación; tus emociones, tus pensamientos, tus opiniones acerca de pedir dinero.

También necesitas estar en conexión con la audiencia. Es importante que tengas una buena relación con las personas a las que hace una solicitud. Si tu petición de dana sigue a contenido online, es probable que esa relación se haya desarrollado a través de tu sesión online. Si puedes, conéctate con metta para tu audiencia. Ten en cuenta el contacto visual, que puede sonar extraño en este mundo online, pero imagina que tu audiencia está allí en persona, mira directamente a la cámara, como lo harías cuando hablas con alguien cara a cara. También ten en cuenta tu lenguaje corporal y recuerda que ¡las personas pueden verte a ti y a tu entorno!

Si puedes, conéctate de antemano con por qué estás pidiendo dinero y para qué estás pidiendo. Conéctate con tu propio sentido de aprecio y entusiasmo por el Dharma, los maestros y el Centro Budista.

..... Deja espacio ...

Será tentador apresurarse y enviar tu mensaje lo más rápido posible. Esto es especialmente lo que hacen las personas cuando están nerviosas. Pausa. Respira. Mira a la gente. De forma apropiada, por supuesto, ¡no quieres que la gente piense que tu Internet se ha cortado mientras te sientas allí y los miras a todos! Pero sé consciente de dejar espacio y de la velocidad de tu comunicación.

Explica el beneficio de la actuación para la que estás recaudando fondos. En la medida de lo posible, de forma breve y relevante, explica qué diferencia hará una donación y por qué es importante, por ejemplo, "*un extra de 500 Euros por mes significaría que podemos continuar apoyando a (... nombre de las personas ...) para compartir el Dharma*"

Armoniza con la energía de tu audiencia. Haz que tu mensaje sea relevante para tu audiencia. Si puedes, ve a la par con el tono y la energía de tu audiencia, consciente de lo que ha venido antes de la solicitud de dana, como lo harías en cualquier comunicación.

Haz una conexión imaginativa. Si puedes, antes y durante la solicitud de dana, utiliza la empatía y la imaginación con tu audiencia y con los beneficiarios (¡la Sangha y la potencial futura Sangha!). Lo que quieres es una sensación de sentirte en conexión con tu audiencia y su potencial respuesta y también con los beneficiarios.

Oportunidad de muerte espiritual y aprendizaje. Esta es una situación nueva para muchas personas y puede ser la primera vez que entregas contenido online, o que, en verdad, ¡haces una petición de dana online! Por lo tanto, puede que no salga como quieres. Eso está bien, velo como una oportunidad para muerte espiritual y también para aprender. ¡Aprende de lo que va bien y lo que no!. Mantén una mente abierta y una actitud de aprendizaje: las mejores personas recaudadoras de fondos son aquellas dispuestas a aprender.

¡Arriésgate! Estate dispuesto a salir de tu zona de confort y asumir riesgos en tu comunicación.

Reconocer y recuperar si la comunicación se tuerce. Tu petición no tiene que ser perfecta, pero estate abierto a reconocer si algo sale mal y dílo en voz alta.

Sé organizado. Prepárate de antemano: asegúrate de saber lo que estás pidiendo y hacia dónde estás dirigiendo a las personas, por ejemplo, indicándoles la URL correcta para hacer una donación, etc.

No pidas disculpas. Está bien pedir y saber que las personas responderán como y cuando puedan. Cuando las personas en la Sangha saben de la necesidad y cómo pueden ayudar, tienen la opción de responder: ¡no tenemos que hacer el trabajo por ellas! Podemos sentirnos seguros de preguntar. Encuentra más próximamente en esta área con nuestro video sobre puntos de vista y actitudes hacia el dinero.

# Elaborar una petición de apoyo

Una petición de apoyo es en lo que basarás tu llamamiento en una solicitud de dana. Diferirá ligeramente, dependiendo del canal que estés utilizando para la difusión.

Una petición de apoyo, sin importar la longitud o el medio de difusión, ha de incluir lo siguiente:



- Visión
- Problema
- Solución
- Petición personal
- Solicitud de que donen ahora (¡mientras recuerdan y están inspirados!)

**VISIÓN** La visión radical del Buda fue que la única forma de crear un mundo en paz y prosperidad era que las personas desarrollaran ese potencial en sus propios corazones y mentes.

## **PROBLEMA**

**Social** Debido a la situación actual con el coronavirus, existe una mayor sensación de:

- **CRISIS:** las personas son más propensas a experimentar amenazas, por lo que descienden hacia preocupaciones personales, mayor miedo, mala voluntad, ansiedad, es decir, los obstáculos son más fuertes.
- **AISLAMIENTO SOCIAL:** más tiempo a solas para las personas que viven solas, aislamiento, aburrimiento, frustración, desesperación, depresión, etc.
- **FALTA DE SIGNIFICADO** - a medida que nuestra rutina y nuestra sociedad cambian
- **TENSIÓN EN LOS HOGARES COMPARTIDOS:** debido a una mayor presión combinada con un contacto más cercano.

Centros budistas:

- La Sangha no se está reuniendo físicamente actualmente
- Actualmente el equipo del centro no se está reuniendo físicamente
- Administradores/consejeros no se están reuniendo actualmente físicamente
- Los cursos / clases / retiros no pueden tener lugar físicamente
- Se requiere reorganización
- Posible fragmentación de la sangha
- Se hacen necesarias nuevas formas para comunicarse en profundidad y brindar apoyo para la práctica
- Nuevas formas de crear contacto social y apoyo emocional.

Problema financiero

- No hay dana de retiros / cursos / noches de clase
- Posibles cambios en las donaciones periódicas, ya que las personas pueden estar preocupadas por las finanzas.
- Los costes corrientes aún no se han cubierto: hipotecas, alquileres, asistencia / personal, etc.

## **SOLUCIÓN**

**Solución social** Cómo el Dharma / meditación aborda la situación:

- **CRISIS:** la necesidad de una perspectiva más amplia y trabajar con nuestras mentes
- **AISLAMIENTO SOCIAL:** la necesidad de apoyo emocional y la necesidad de desarrollar nuevas redes de apoyo.
- **FALTA DE SIGNIFICADO:** una oportunidad para ver y comprender la necesidad de valores genuinos
- **TENSIÓN EN LOS HOGARES COMPARTIDOS:** enfrentar desafíos de comunicación de maneras innovadoras y creativas, y no refugiarse en la distracción y la pasividad (lo que genera más tensión)

La necesidad de Sanghas online en este momento:

- Da una conexión muy necesaria a nuestra experiencia real, sea la que sea
- Da perspectiva a nuestra experiencia
- Oportunidad de visión (insight)
- Aporta estabilidad emocional
- Da una mayor sensación de conexión
- Ofrece una dimensión ética (¿qué hacer?)
- Crea inspiración
- Nos conecta con significado
- Conexión social
- Apoyo emocional
- Apoyo práctico
- Apoyo para la práctica: mantener viva la práctica

## Solución financiera: la petición personal

- Mantener a flote el centro (el edificio y apoyo/ pago a las personas) costará ...
- Mantener en funcionamiento los servicios online costará ...
- ¿Puedes hacer una donación periódica para... a través de la siguiente plataforma (elija la plataforma)?
- **Sangha habitual:** pregunte si sus miembros asiduos de Sangha "patrocinarán" la situación haciendo una donación mensual regular.
- "Por favor, dona regularmente para patrocinar el centro si puedes y te sientes motivado - ... Euros al mes apoyará a ..."
- **Recién llegados:** si se han beneficiado y apreciado el contenido, pueden desear hacer una sola donación o regalo, para asegurarse de que otros puedan beneficiarse de la misma manera en el futuro.
- "Si deseas apoyarnos, pero no puedes donar regularmente, considera hacer una donación única"
- "Cualquier donación que puedas hacer, marca una diferencia real en esta situación"

Y pregunta a las personas si pueden hacerlo **ahora**:

- Al pasar de la transmisión en vivo a Zoom - Tenemos un descanso antes de pasar a los grupos de Zoom - por favor dona ahora - [diles cómo] - pincha el enlace en la descripción / el chat / ve a [www ..... /donar](http://www...../donar)
- Después de una reunión de Zoom. Resume la petición hecha en la transmisión en vivo anterior o si la reunión de Zoom no sigue a una transmisión en vivo, haz la petición y solicítales que donen [diles cómo] y sugiéreles que lo hagan tan pronto como abandonen la reunión.

## Ejemplo breve de petición de apoyo:

*"Las Tres joyas tienen el potencial de transformar nuestros corazones y mentes, viviendo más alineados con valores significativos y la verdad, pero debido a las restricciones actuales en relación con el coronavirus, no podemos encontrarnos cara a cara como Sangha para practicar de esta manera. Sin embargo, podemos seguir reuniéndonos online y ofrecer apoyo y enseñanza esenciales en este momento, pero necesitamos vuestro apoyo para posibilitar esto, en un momento en que no recibimos las donaciones habituales en el cuenco de dana. Considera dar regularmente si puedes, patrocinándonos para apoyar a miembros de la Orden y ofrecer el Dharma online y pasar este valioso recurso a otros en el futuro. Pincha ahora en el enlace en la descripción o en el chat para donar."*

## Ejemplo más largo de petición de apoyo:

*"Gracias por acompañarnos en esta sesión. Entonces, la visión del Centro Budista de Nottingham es que queremos compartir el Dharma con aquellos de vosotros que venís*



*regularmente a la Sangha y también llegar a más y más personas en el mundo, compartiendo lo que tenemos y propiciando que las personas vivan vidas significativas de acuerdo con sus ideales más elevados.*

*El problema en este momento es que, aunque todavía necesitamos apoyar financieramente a los miembros de la Orden para que hagan este trabajo (apoyamos a Aryavacin, Khemasiri y Saccanama aquí), no estamos recibiendo las donaciones habituales en el cuenco de dana o las tarifas habituales para cursos y retiros. Queremos llegar a las personas que están luchando en este momento con el aislamiento, la soledad y la tensión que puede llegar al convivir otras personas, y queremos ofrecerles recursos: enseñarles a meditar, enseñarles sobre ética y cómo ver su experiencia a través de un lente dhármica.*

*Afortunadamente, tenemos esta maravillosa tecnología, lo que significa que podemos seguir reuniéndonos y llegar a otros online, pero tiene costes: tenemos que pagar una suscripción de Zoom, pagar para que la tecnología transmita los videos, apoyamos a Gareth que actualmente está haciendo gran parte del trabajo para que tengamos nuestras clases online. Pero todo tiene un coste, incluidos los costes de funcionamiento del centro budista. Actualmente tenemos gastos de £ 4000 cada mes, incluido el apoyo para los miembros de la Orden, el equipo administrativo y financiero y el edificio, así como algunos costes adicionales en torno a la tecnología.*

*Muchos de vosotros nos apoyáis regularmente, así que gracias. Si estás en condiciones de aumentar tus donaciones en este momento, sería una gran diferencia continuar patrocinando a nuestros maestros de Dharma y garantizar que podamos regresar al centro budista cuando podamos reunirnos en persona. Si 40 de nosotros en la Sangha donáramos £ 50 al mes, eso contribuiría en gran medida a cubrir nuestros gastos y garantizar que podamos seguir ofreciendo el Dharma a más y más personas.*

*Por favor, da ahora si te sientes conmovido y te has beneficiado, y deseas que otros se beneficien del Dharma de esta manera. Hay un enlace en el cuadro de chat y la descripción, así que pincha ahí mientras tenemos nuestro descanso, antes de pasar a los grupos Zoom. Gracias."*

Por supuesto, en este momento, debemos ser sensibles a que algunas personas no puedan dar, pueden haber perdido trabajos o estar en posiciones difíciles financieramente y podemos reconocer eso. Sin embargo, ¡eso es lo maravilloso de la economía dana! ¡Las personas que pueden dar están posibilitando que otros reciban el Dharma! Aquellos que no pueden dar dinero aún pueden acceder a recursos maravillosos, sin sentirse culpables o que no deberían hacerlo.

**Objetivo** Decide un objetivo: ¿cuánto esperas recaudar en nuevas donaciones mensuales? Esto debe basarse en la necesidad (es decir, costes de apoyo, costes de funcionamiento / hipoteca para el centro, equipo tecnológico) pero también, ¡SÉ AMBICIOSO!

## Diferentes canales de difusión



Se recomienda utilizar varios canales diferentes para dirigir a las personas a hacer donaciones:

### PÁGINA WEB:

- Video introductorio de YouTube (ver Dublín y Brixton) de la persona en dirección o presidencia donde se hable a la gente sobre las actividades online
- Petición de apoyo escrito en la página de donación de la web
- Botón Donar ahora: que dirija a cualquier plataforma de

donación que uses

- Video de la persona en presidencia (una petición de dana): en el sitio web cuando se hace clic en el botón de donar.

**CORREO ELECTRÓNICO:** Un mensaje personal de la persona en presidencia (video corto de 2 minutos o escrito), que incluya una petición de apoyo relevante y una solicitud, enviado a tu lista de correo. Agradece a las personas que dan y pídeles que establezcan o aumenten sus donaciones periódicas si pueden. Incluye un enlace muy claro directo a la página de donaciones.

**CAMPAÑA DE TELÉFONO** Llamando a donantes existentes

¡Dales las gracias por dar!

Comunícate sobre cómo les está afectando esta crisis ... diles cómo está afectando al Centro Budista. Si corresponde, en función de su conversación anterior sobre cómo se ven afectados, pregunta si darán (breve petición de apoyo, pero hazlo personal). Dales un enlace directo a la página de donaciones.

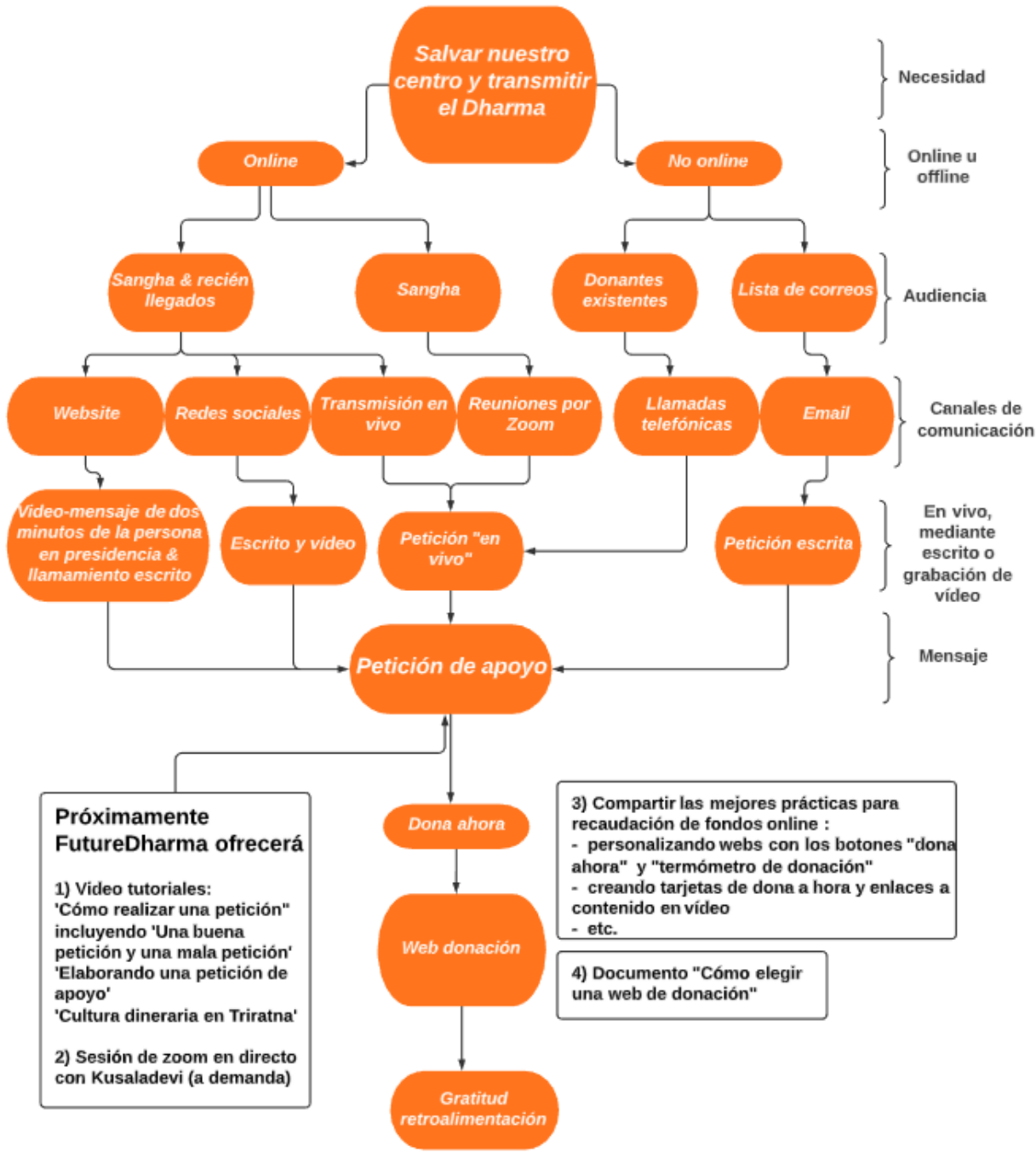
**ELEGIR UNA WEB PARA DONAR:** he creado una hoja de cálculo con webs de donación que ofrecen o no ofrecen diversos beneficios. Ver [www.sikkha.online](http://www.sikkha.online) para estos recursos

**CONDUCCIÓN DE PERSONAS A LA WEB DE DONACIÓN:** Las personas acudirán a la web de donación desde:

A) un llamamiento después de una transmisión en vivo (poner enlaces para indicar la web en el chat o la descripción)

- B) un llamamiento después de una reunión de Zoom (agrega un enlace en el cuadro de chat o di a las personas la URL de la web; haz la URL simple. Recuerda, una vez que se cierra la reunión, las personas ya no pueden pinchar en el enlace, por lo que querrás que recuerden cómo pueden hacer para donar)
- C) directamente desde la página web
- D) desde un correo electrónico
- E) desde una llamada telefónica que los dirija a la página de donaciones

# Diagrama de flujo de canales



**Próximamente FutureDharma ofrecerá**

- 1) Video tutoriales: 'Cómo realizar una petición' incluyendo 'Una buena petición y una mala petición' 'Elaborando una petición de apoyo' 'Cultura dineraria en Triratna'
- 2) Sesión de zoom en directo con Kusaladevi (a demanda)

3) Compartir las mejores prácticas para recaudación de fondos online :  
 - personalizando webs con los botones "dona ahora" y "termómetro de donación"  
 - creando tarjetas de dona a hora y enlaces a contenido en video  
 - etc.

4) Documento "Cómo elegir una web de donación"

## Otros recursos próximamente

**Vídeo Tutorial petición:** 'Cómo hacer una petición de dana' Vídeo ejemplo: Una cultura dineraria de petición de dana: 'actitudes hacia el dinero en Triratna'

**Hablando de tu situación concreta** También estoy ofreciendo reuniones de Zoom a medida, para explicar en detalle cómo hacer una petición y cualquier información específica sobre recaudación de fondos en tu situación particular. No hay ningún cargo por estas sesiones, por lo tanto, solicita una si consideras que sería útil.

Por favor, siéntete libre de ponerte en contacto sobre esto, realmente quiero ayudarte a ser la persona recaudadora de fondos online más efectiva que puedas ser, tengo mucha experiencia en capacitación de recaudadores de fondos y me siento muy feliz de compartirla contigo.  
[kusaladevi@futuresdharma.org]

### ENLACES:

<https://sikkha.online/centre-fundraising-support/>

<https://thebuddhistcentre.com/futuresdharma/centre-fundraising-forum?display=lates>

Escrito por Kusaladevi (Con agradecimiento también a Maitrinara y Amalavajra) 08/04/2020

Por favor, contacta [kusaladevi@futuresdharma.org](mailto:kusaladevi@futuresdharma.org) con retroalimentación o sugerencias de edición al documento.