Guía para **Autodiagnóstico**

¿POR QUÉ **TE CUESTA TANTO** QUE UNA EMPRESA **TE DIGA QUE SÍ?**

RECAUDACIÓN DE FONDOS CORPORATIVOS

22 preguntas clave que necesitás hacerte sobre tu fundación para entender **qué está frenando tu recaudación de fondos con empresas** y empezar a construir un **fundraising sólido** y **sostenido.**

www.impulsaescuela.com

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

QUÉ NECESITÁS **DEJAR DE HACER,**

QUÉ NECESITÁS **EMPEZAR A VER**,

Y QUÉ NECESITÁS **COMPRENDER**

PARA EMPEZAR A

RECAUDAR FONDOS CORPORATIVOS,

Y NO SOLO UNA VEZ, SINO

DE MANERA **SOSTENIDA** EN EL TIEMPO.

IMPULSA

escuela de fundraising

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

CONTENIDO

1 CUANDO ACERCARTE A UNA EMPRESA SE SIENTE INCÓMODO
Apertura

2 EL PUNTO DE PARTIDA: CÓMO ESTÁS PENSANDO A LA EMPRESA
Introducción

3 ANTES DE HACER MÁS, HAY ALGO QUE NECESITÁS VER
Transición al auto-diagnóstico

4 22 PREGUNTAS PARA ENTENDER QUÉ ESTÁ PASANDO
Auto-diagnóstico

4.1 → *BLOQUE 1*
Cómo me posiciono frente a la empresa

4.2 → *BLOQUE 2*
Comprensión del mundo empresarial

4.3 → *BLOQUE 3*
Propuesta de valor

4.4 → *BLOQUE 4*
Generar vínculo

4.5 → *BLOQUE 5*
Estructura y modelo

4.6 → *BLOQUE 6*
Dirección y consistencia

→ TUS RESULTADOS

5 EL CAMBIO CLAVE PARA ENTENDER LA RECAUDACIÓN CORPORATIVA
Idea central + Diferencial

6 DE ENTENDER EL CAMBIO A SABER CÓMO HACERLO
Marco conceptual

7 DE ACCIONES AISLADAS A UN PROGRAMA EFECTIVO
Momento de claridad

8 EMPEZAR A VINCULAR PARA RECAUDAR
Tu siguiente paso

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

01

1

APERTURA

CUANDO ACERCARTE A UNA EMPRESA SE SIENTE **INCÓMODO**

¿Te pasa que cuando pensás en contactar a una empresa para recaudar fondos **sentís incomodidad**?

*Como si tuvieras que ir a **pedir un favor**. Como si tuvieras que **insistir**. Como si sintieras que **molestás**.*

Buscás el contacto, pedís la reunión, contás lo que hace tu fundación, explicás por qué necesitás apoyo. Y sin embargo, te cuesta **muchísimo**.

Cuesta que te respondan, cuesta que te reciban, cuesta que te entiendan. Y cuesta, sobre todo, que **te digan que sí.**

Ahí es cuando empezás a pensar:

- *"Las empresas ya no donan como antes."*
- *"Está dificilísimo conseguir apoyo."*
- *"Mis eventos ya no funcionan como solían hacerlo."*

Sin embargo, al mismo tiempo, sucede algo que no termina de cerrarte:

*Porque por otro lado ves otra realidad: empresas que **sí** están acompañando con **donaciones** a otras organizaciones.*

Empresas que destinan fondos para la Responsabilidad Social. Empresas que están participando en programas, iniciativas, alianzas.

Entonces aparece una **pregunta** inevitable:

- ***"¿Qué está pasando acá?"***

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

01

“¿POR QUÉ A ALGUNAS **FUNDACIONES**
LAS **EMPRESAS** LES DICEN QUE **SÍ**
Y A OTRAS NOS **CUESTA TANTO**
SIQUIERA **EMPEZAR**?”

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

02

2

INTRODUCCIÓN

EL PUNTO DE PARTIDA: CÓMO ESTÁS **PENSANDO** A LA EMPRESA

Una de las **preguntas más frecuentes** en el mundo de las fundaciones, es:

*"¿Cómo consigo que una **empresa me done**?"*

Y desde ahí, casi todo suele organizarse igual:

- buscar contactos
- pedir reuniones
- contar la causa
- explicar la necesidad
- esperar interés
- cruzar los dedos para que digan que sí

Suena lógico, sin embargo hay un **problema de base**:

La empresa **no** necesariamente **responde mejor** cuando más le explicás lo que **necesitás**.

***Responde mejor** cuando puede percibir que hay algo ahí que **también le genera valor a ella**.*

Y este punto es clave.

Porque mientras vos estés mirando a la empresa **solamente** como una posible fuente de dinero, de captación de fondos, tu **estrategia** va a quedar **atrapada** en la **lógica** de "**pedir**".

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

02

Y DESDE LA **LÓGICA DEL PEDIDO**,

LO QUE APARECE ES ESTO:

- **INCOMODIDAD**
- SENSACIÓN DE ESTAR **MOLESTANDO**
- REUNIONES **DÉBILES**
- ACCIONES **DIFUSAS**
- INMENSA **DIFICULTAD** PARA CAPTAR LA **PRIMERA** DONACIÓN
- Y SI CAPTÁS LA PRIMERA, CONSEGUIR QUE **SE REPITA** EN EL TIEMPO, IMPLICA "VOLVER A EMPEZAR DE CERO"

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

03

3

TRANSICIÓN AL AUTO-DIAGNÓSTICO

ANTES DE HACER MÁS, HAY ALGO QUE **NECESITÁS VER**

Antes de preguntarte:

- *“¿Qué empresa podría donarnos?”*
- *“¿A quién más puedo contactar?”*
- *“¿Cómo consigo una reunión?”*,

hay **dos preguntas anteriores** mucho más importantes:

⟶ ***“¿Qué cosas estoy haciendo hoy que hace que me cueste tanto que una empresa me diga que sí?”***

⟶ ***“¿Qué tendría que dejar de hacer para empezar a captar fondos corporativos de manera sostenida en el tiempo?”***

Eso es lo que este ***auto-diagnóstico te va a ayudar a ver****.*

Te propongo responder como si fuera un test. No para que te evalúes ni para que te etiquetes, sino para que puedas **ver con claridad qué es lo que está pasando hoy que hace que te cueste tanto que una empresa te done fondos**.

A medida que respondas, elegí la opción que **más te represente** en cada caso. Y al finalizar, vas a poder **ver un patrón**.

Ese patrón es el que explica **por qué te está costando tanto avanzar con empresas.**

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

04

4

AUTO-DIAGNÓSTICO

22 PREGUNTAS PARA ENTENDER **QUÉ ESTÁ PASANDO**

22 preguntas concretas en 6 bloques

3 opciones *por pregunta.*
Sin teoría, Sin vueltas.

Para que puedas **identificar con claridad**:

- qué **lógica** estás usando con las empresas
- qué cosas te están **debilitando** frente a ellas
- y qué necesitás **dejar de hacer** para empezar a recaudar sólidamente

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026



BLOQUE **4.1**

CÓMO ME **POSICIONO FRENTE** A LA EMPRESA

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

4.1

01. *Cuando pienso en una empresa, lo primero que me surge es:*

a) Una posible fuente de financiamiento
b) Una oportunidad para contar lo que hacemos desde la fundación
c) Una organización con la que podría construir algo en conjunto

---

02. *Cuando me acerco a una empresa, suele ser:*

a) Cuando necesitamos fondos
b) Cuando aparece una oportunidad de donación puntual
c) Como parte de una planificación previa

---

03. *En una reunión con una empresa, suelo poner el foco en:*

a) Explicar nuestra necesidad y nuestra urgencia
b) Contar lo que hacemos en la fundación
c) Entender también qué le puede interesar a la empresa

---

04. *Cuando hablo de mi fundación, pongo el foco en:*

a) Lo que nos falta
b) Lo que hacemos
c) Lo que podemos generar junto a otros

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026



4.2

BLOQUE **4.2**

COMPRENSIÓN DEL MUNDO **EMPRESARIAL**

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

4.2

05. *Sobre las empresas, siento que:*

a) No sé muy bien cómo piensan y deciden
b) Tengo una idea general
c) Entiendo bastante cómo toman sus decisiones estratégicas

---

06. *Antes de contactar una empresa:*

a) Investigo muy poco o nada
b) Miro algo básico
c) Analizo en profundidad su enfoque, prioridades y estrategias

---

07. *Sobre la Responsabilidad Social Empresaria (RSE):*

a) No tengo muy claro realmente de qué se trata
b) Tengo una idea general
c) Entiendo cómo funciona, su estrategia y cómo se aplica

---

08. *Cuando pienso en una empresa, considero:*

a) Si puede donar
b) Si tiene afinidad con la causa social de mi fundación
c) Qué valor podría encontrar en vincularse con nosotros

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026



BLOQUE **4.3**

PROPUESTA DE **VALOR**

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

4.3

09. *Hoy mi fundación tiene:*

a) Acciones sueltas
b) Algunas iniciativas organizadas
c) Un programa claro para empresas

---

10. *Cuando hablo con una empresa, le ofrezco:*

a) La posibilidad de ayudar
b) Participar en algo puntual
c) Una propuesta concreta de valor para la empresa

---

11. *Mi propuesta hacia empresas es:*

a) Variable según el caso
b) Más o menos definida
c) Clara, estructurada, repetible y escalable

---

12. *El valor que le ofrezco a una empresa:*

a) Está implícito
b) Está algo desarrollado
c) Está claramente definido

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026



4.4

BLOQUE **4.4**

GENERAR
VÍNCULO

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

4.4

13. *Lo que hoy le propongo a una empresa:*

a) Es una acción puntual
b) Es una participación ocasional
c) Implica un proceso más sostenido en el tiempo

---

14. *Si una empresa participa una vez:*

a) No hay continuidad
b) A veces vuelve
c) Hay una estructura que invita a seguir

---

15. *Mi propuesta hacia empresas:*

a) No genera relación más allá del momento
b) A veces genera algún contacto que se repite
c) Está pensada para sostenerse en el tiempo

---

16. *Lo que hoy ofrezco a una empresa:*

a) Termina cuando termina la acción
b) Puede abrir algo más
c) Es parte de algo más grande y continuo

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026



4.5

BLOQUE **4.5**

ESTRUCTURA Y **MODELO**

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

4.5

17. *La recaudación en mi fundación hoy es:*

a) Reacción a la necesidad
b) Parcialmente planificada
c) Parte del modelo de gestión

---

18. *Las acciones con empresas:*

a) Aparecen según la oportunidad
b) Tienen cierta lógica
c) Responden a una estrategia definida

---

19. *Cuando comienza el año:*

a) Vuelvo a empezar desde cero en acciones de recaudación
b) Tengo algo construido sobre lo que comenzar
c) Ya tengo acciones de base sólida para continuarlas del año anterior

---

20. *Mi forma de trabajar con empresas:*

a) No está sistematizada
b) Está algo ordenada
c) Forma parte de un sistema claro

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026



4.6

BLOQUE **4.6**

DIRECCIÓN
Y **CONSISTENCIA**

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

4.6

21. *Hoy podría decir que en nuestra recaudación de fondos:*

a) Hacemos mucho aunque sin previsibilidad
b) Tenemos algunos resultados parciales
c) Tenemos dirección clara y resultados sostenidos

---

22. *Si mañana quisiéramos crecer en recaudación:*

a) No sabríamos por dónde empezar
b) Tendríamos algunas ideas
c) Tenemos un camino claro y estratégico para hacerlo

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026



TU RESULTADO

DEL

AUTO-DIAGNÓSTICO

¿QUÉ TE MUESTRAN TUS RESPUESTAS?

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

¿Qué opción **elegiste más veces**?

Te encontrás principalmente en A

Hoy te estás acercando a las empresas **principalmente desde la necesidad urgente de conseguir fondos.** La conversación parte de lo que tu fundación necesita, de la urgencia y de **conseguir imperiosamente que la empresa diga que sí.** → Y desde ese lugar suelen aparecer:

- conversaciones que no avanzan
- respuestas que no llegan
- incomodidad al acercarte
- aportes aislados o difíciles de sostener

No es que las empresas no donen. El problema está en la débil lógica desde la que estás intentando vincularte con ellas.

Te encontrás principalmente en B

Ya hay una intención de construir algo diferente. No todo está puesto en la solicitud desde la urgencia. → Aunque todavía **falta claridad, estructura y consistencia.**

Entonces suele pasar que:

- algunas conversaciones avanzan y otras se caen
- algunas empresas muestran interés pero no continúan
- aparecen iniciativas interesantes, aunque no terminan de consolidarse
- todavía dependés demasiado de acciones puntuales

Estás empezando a correrte de la lógica del pedido urgente, sin embargo aún **no existe una forma suficientemente clara y sostenida** de hacerlo.

Te encontrás principalmente en C

Ya hay un **cambio importante** en tu manera de mirar a las empresas. Empezás a pensarlas **menos como una fuente de dinero** y **más como organizaciones con las que construir una relación de interés mutuo**.

Sin embargo aun así **te cuesta conseguir resultados consistentes**, entonces **no es suficiente con tener la intención correcta.** → Necesitás convertir esa forma de pensar en una **estructura concreta, repetible y sostenida** en el tiempo.

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

ALGO IMPORTANTE PARA QUE VEAS CON

CLARIDAD

Más allá del resultado que hayas obtenido:

- ***Esto no es sobre si lo estás haciendo bien o mal.***

Esto busca ayudarte a identificar **desde qué lógica te estás vinculando hoy con las empresas y cómo esa lógica impacta directamente en las respuestas que recibís.**

Porque cuando esta lógica **no se ve con claridad**, no solamente te **cuesta muchísimo recaudar fondos**, sino que también aparece una **profunda frustración**: → ***"ya no sé qué más hacer."***

Y justamente ahí está el primer cambio: antes de hacer más, **necesitás entender qué de lo que estás haciendo hoy te está jugando en contra.**

Porque **verlo con claridad** es lo que te permite empezar a hacer algo no solamente distinto, sino **efectivo para tu recaudación.**

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

05

5

IDEA CENTRAL + DIFERENCIAL

EL CAMBIO CLAVE PARA ENTENDER LA **RECAUDACIÓN CORPORATIVA**

El cambio **no está en hacer más.**
Está en **cambiar la lógica.**

Cuando necesitás recaudar más fondos, es muy fácil pensar:

- ***más contactos***
- ***más reuniones***
- ***más acciones***
- ***más campañas***
- ***más eventos***

Sin embargo, → ***hacer más desde la misma lógica no cambia el resultado.***

Porque la **recaudación de fondos con empresas** no se trata simplemente de conseguir que te den dinero: **se trata de construir algo que también tenga sentido para ella.**

Por eso, este es el **CAMBIO CLAVE**:

No se trata de pedir, se trata de proponer.
No se trata de contactar, se trata de vincular.

Y **proponer** no significa solamente contar mejor lo que hace tu fundación. Significa construir una invitación basada en **VALOR COMPARTIDO**, **INTERÉS MUTUO** y una **RELACIÓN** con posibilidades reales de **SOSTENERSE** en el tiempo.

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

05

CUANDO LA **PRIMERA DONACIÓN** NACE DESDE ESTA LÓGICA, DEJA DE SER SOLAMENTE UNA **ACCIÓN AISLADA** PARA CONVERTIRSE EN EL COMIENZO DE UN **VÍNCULO DE LARGO PLAZO.**

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

06

6

MARCO CONCEPTUAL

DE ENTENDER EL CAMBIO A SABER **CÓMO HACERLO**

Sin embargo entender el cambio, **no es suficiente.**

- *Podés comprender perfectamente que **necesitás dejar de acercarte desde la necesidad***
- *Podés saber que **necesitás proponer valor***
- *Podés incluso comenzar a pensar a las **empresas como potenciales aliados***

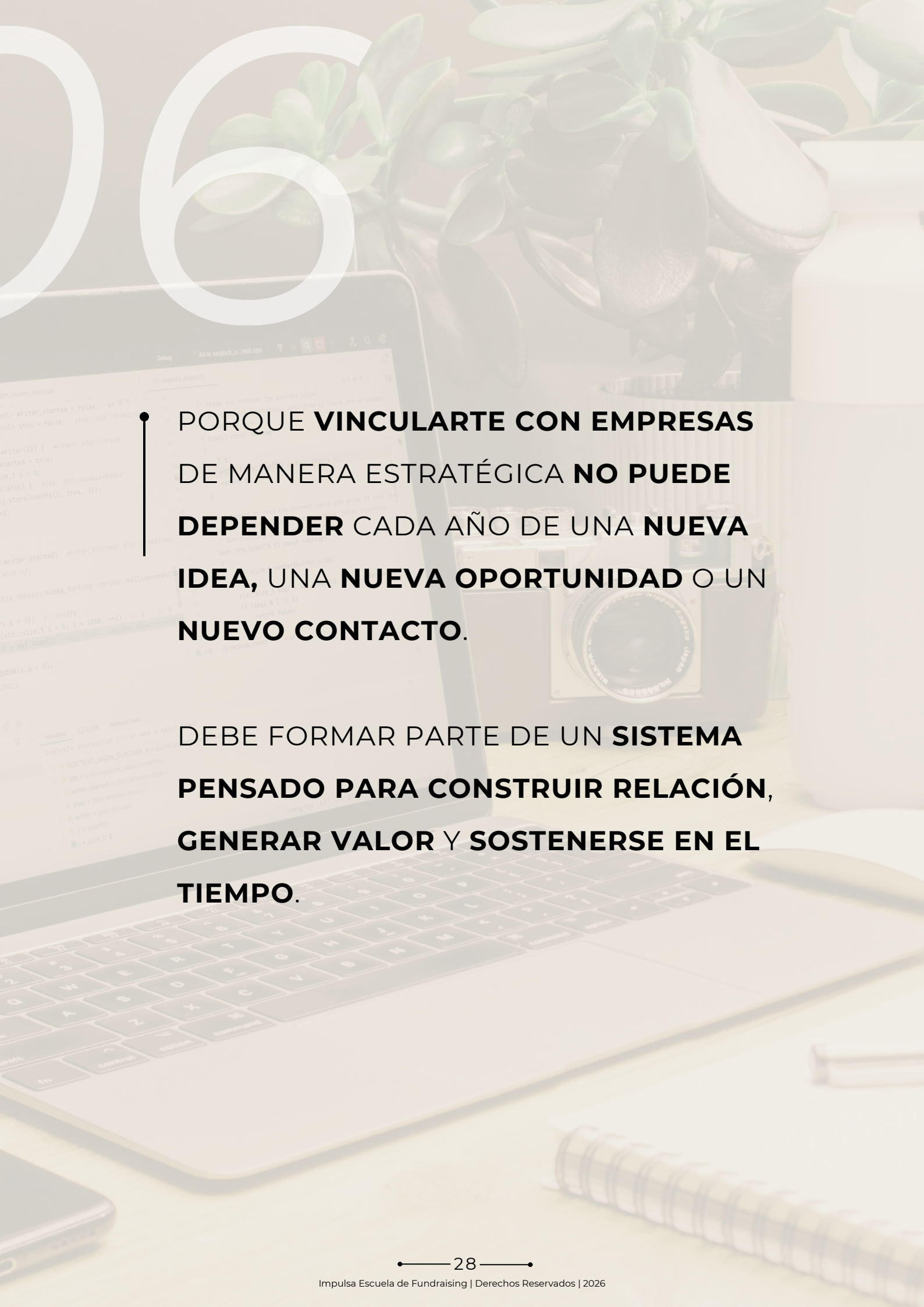
Y AUN ASÍ SEGUIR SIN SABER QUÉ HACER.

*Entonces aparecen las **preguntas** concretas:*

¿Qué propongo? ¿Cómo lo propongo? ¿Cómo hago para que esto no termine nuevamente en una acción aislada?

Ahí es donde ves claramente que **NECESITÁS MUCHO MÁS QUE BUENAS IDEAS, MUCHO MÁS QUE BUENAS INTENCIONES.**
Necesitás estructura.
Necesitás dirección.
Necesitás una forma clara y concreta de hacerlo.

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026



PORQUE **VINCULARTE CON EMPRESAS** DE MANERA ESTRATÉGICA **NO PUEDE DEPENDER** CADA AÑO DE UNA **NUEVA IDEA,** UNA **NUEVA OPORTUNIDAD** O UN **NUEVO CONTACTO**.

DEBE FORMAR PARTE DE UN **SISTEMA PENSADO PARA CONSTRUIR RELACIÓN**, **GENERAR VALOR** Y **SOSTENERSE EN EL TIEMPO**.

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

07

7

MOMENTO DE CLARIDAD

DE ACCIONES AISLADAS A UN **PROGRAMA EFECTIVO**

*Ya comprendés que **no necesitás seguir sumando acciones aisladas**. → Y también sabés que **necesitás desarrollar un programa de recaudación con empresas** que ordene esa relación y te permita:*

- saber **qué proponer**
- **construir valor** para ambas partes
- generar **vínculo**
- que proponga **continuidad**
- y dejar de **empezar de cero cada año**

Un programa que no esté pensado únicamente para conseguir una primera donación, sino para que **esa primera donación** pueda convertirse en el **resultado de una relación de largo plazo y se repita año a año.**

Porque ese es el **VERDADERO CAMBIO**:

- pasar de acciones sueltas **a un programa**
- pasar de contactos **a vínculos**
- pasar de una donación puntual a **una relación que crezca y se sostenga**

Cuando sí contás con una estructura así, también aparece algo que probablemente estés buscando hace tiempo:
claridad sobre qué hacer, en qué orden y con qué criterio.

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

07

QUE **NO ESTÉS PUDIENDO CAPTAR** LOS FONDOS CORPORATIVOS QUE LAS **EMPRESAS SÍ ESTÁN DONANDO**, ES LA **CONSECUENCIA DIRECTA** DE **NO CONTAR CON UN PROGRAMA** QUE TE DÉ EL **MODELO Y LA ESTRUCTURA** NECESARIA PARA **DEJAR DE PEDIR APOYO,** Y **COMENZAR A PROPONER VALOR.**

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026

08

8

TU SIGUIENTE PASO

EMPEZAR A VINCULAR PARA **RECAUDAR**

*Conozco muy bien la **frustración** de **ya no saber qué más hacer con la recaudación**. Yo también estuve ahí: despertándome de madrugada con **angustia y preocupación por los fondos.***

Hoy, después de **más de 20 años** gestionando fundaciones y acompañando a líderes de organizaciones de toda Latinoamérica desde ***IMPULSA,*** mi ***Escuela de Fundraising***, **SÉ QUÉ ERRORES EVITAR Y QUÉ CAMINOS SEGUIR**.

Justamente por eso creamos el *Curso Práctico de Fundraising*
VINCULAR
*Y **no** para enseñarte a diseñar **desde cero** el programa de recaudación con empresas que acabamos de ver que necesitás.*

Sino para darte **acceso a uno que ya funciona**, que ya fue **implementado en distintas fundaciones** con **histórico de resultados**, y acompañarte durante 12 semanas para **adaptarlo** a la causa, realidad y capacidad de **tu propia organización.**

Con **VINCULAR** no partís de una idea ni de una hoja en blanco. Partís de un **programa de recaudación con empresas probado,** lo **adaptás paso a paso a tu fundación**, y lo convertís en tu programa listo para **implementar y comenzar a recaudar.**

QUIERO CONOCER VINCULAR

Impulsa Escuela de Fundraising | Derechos Reservados | 2026