

INDICE

Prefacio	9
Introducción	11
La INKA – KOLA y la ONG	17
Lo que la Inca – Kola no dice	17
¿Quién le hace un favor a quién?	20
“El sabor nacional”	21
El Mercado	25
“El cliente pasado será el cliente futuro”	25
“El beneficiado pasado será el donante futuro”	27
Los amigos, parientes y conocidos	28
Conocer a los no conocidos	29
Las personas	30
Las empresas	30
Fundaciones, bancos de desarrollo, etcétera	31
¡Cuesta trabajo!	33
La Organización	35
La junta directiva	36
Junta de asesores	38
El comité financiero	38
Comité financiero	38
Oficina de desarrollo Institucional	40
Asesores en la obtención de fondos	40
La Campaña	41
Planeación de la campaña	42
Meta	42
Plazo	43
Fuentes	43
Lista de prospectos	44
Tareas	44
Impresos	45
Ejecución de la campaña	46
Petición	46
Gracias	48
Reuniones	49
La Industria de la Caridad	51
La filantropía y sus industrias asociadas	51
Competencia/competición	53
Competencia /profesionalismo	54
Las Fuentes Internacionales	57
Tipos de fuentes	57
Agencias bilaterales	57
Agencias multilaterales	57
Fundaciones	58

Empresas	59
Individuos	60
El premio	61
Échele una mano a Rockefeller	62
Punto de Vista de las Fuentes Internacionales	63
Intereses	63
Expectativas	65
Entonces, ¿Cómo pagar los gastos de operación?	66
Diseño del Proyecto	69
El problema	70
La meta	71
Los objetivos	71
Las actividades	72
Las evaluaciones	72
El presupuesto	74
Formato	74
Rubros	76
Pies de página	77
Autosuficiencia	81
La guerra y la paz	82
Redacción	85
Propuesta preliminar	85
Tips para tener éxito	86
“venda” su organización	87
No es el momento de ser humilde	88
Resumen: La propuesta	89
Anexo: La Microempresa	91
Anexo: Recursos	93
Organizaciones	93
Libros	97
Anexo: Fuentes Bilaterales y Multilaterales	101
Anexo: Grandes Fundación Internacionales de Estados Unidos	111