

Términos de referencia

Contratación de una consultora especializada organismo empresa calificada en México para diseñar e implementar una estrategia que identifique y atraiga grandes donantes, personas, familias filantrópicas y entidades que decidan apoyar nuestra misión de asistencia médico-humanitaria.

1. Contexto y justificación de la consultoría.

Médicos Sin Fronteras (**MSF**), es una organización médico-humanitaria de carácter internacional que aporta su ayuda a poblaciones en situación precaria y a víctimas de catástrofes de origen natural o humano y de conflictos armados, sin discriminación por etnia, religión o ideología política. En congruencia con los valores que guían nuestra organización en todo el mundo, la oficina de MSF México y Centroamérica está comprometida con realizar acciones que promuevan la inclusión, diversidad, equidad e igualdad en la oferta laboral y todos los procesos de reclutamiento que llevamos a cabo. Buscamos atender de igual manera a la población en general, ofreciendo igualdad de oportunidades de empleo para todas las personas, como miembros de la comunidad LGBTQ+, comunidades indígenas, afrodescendientes, mujeres y personas con discapacidades.

En Médicos Sin Fronteras basamos nuestra estrategia en la obtención de fondos que aporten estabilidad, que estén comprometidas con los principios humanitarios. Esto se refleja en una estructura de fondos en la que predominan los de origen privado, cuyo máximo exponente son las aportaciones directas de nuestros socios y colaboradores. La presente consultoría formará parte de un esfuerzo más amplio para fortalecer nuestra independencia y sostenibilidad financiera, así como garantizar el cumplimiento de nuestros principios.

2. Objetivo principal

Desarrollar una base de datos de personas, familias filantrópicas y entidades de alto poder adquisitivo, así como definir el arquetipo ideal de este tipo de donante basada en entrevistas a profundidad con Grandes Donantes y Medianos Donantes, junto con la estrategia necesaria para vincular personas de este perfil. La consultoría también será responsable de realizar el acercamiento inicial con estas personas, abriendo oportunidades de conexión y colaboración para la organización.

Objetivos particulares:

- **Desarrollo de Base de Datos:**
 - Desarrollar una base de datos sólida y actualizada de personas de alto poder adquisitivo con capacidad para donar constantemente, utilizando la base de contactos interna de MSF, de la consultora y fuentes externas confiables y verificables.
 - Identificar aliados estratégicos y presentar a MSF opciones viables de colaboración apegados a los principios de recaudación de fondos de la organización, visibilizando su impacto para la MSF en cuanto a captación de recursos económicos privados.
- **Entrevistas a profundidad:** Realizar entrevistas a profundidad con al menos 3 Grandes Donantes y 3 Medianos Donantes estratégicos de MSF con el fin de conocer las motivaciones de colaborar y donar, sugerencias, recomendaciones, para conocer el perfil social de este segmento que permita ser útil para desarrollar el arquetipo de Gran Donante.
- **Definición del Arquetipo de Persona:** Definir el arquetipo ideal del tipo de "Gran Donante" (GD), basado en un análisis cualitativo y cuantitativo del comportamiento de personas, familias filantrópicas, dueños y dirigentes de empresas con Responsabilidad Social, fundaciones de segundo piso con características socioeconómicas, intereses, comportamientos, contexto político y económico nacional y otros factores relevantes para la organización, así como desafíos del entorno económico, causas que les generan mayor y menor empatía para apoyar; formas de colaboración más frecuentes. Tipo de organizaciones con las que colaboran. Valor medio de las aportaciones. Temáticas que más apoyan, prioridades geográficas, estratégico/políticas.

- **Estrategia de vinculación:** Desarrollar una estrategia efectiva para vincular nuevas personas con alto poder adquisitivo que se ajusten al arquetipo definido, empleando diversas herramientas de marketing, prospección y cultivación.
- **Primer Acercamiento:** Ejecuta el primer acercamiento con las personas de alto poder adquisitivo, estableciendo canales de comunicación y abriendo oportunidades de conexión y colaboración, específicamente:
 - Inicia la relación con los principales donantes privados mediante entrevistas personales con una estrategia clara de acercamiento individual (elección de proyectos, medios de contacto, etc.).
 - Desarrolla el marco de la entrevista con temas apropiados para cada donante privado.
 - Analiza y resume la información resultante de la entrevista para extraer de ella los puntos clave y formular las acciones adecuadas.
 - Incorpora a la Major Donor Officer en la fase de adquisición y cultivación en las relaciones a lo largo del tiempo planificando y organizando "encuentros" (comunicaciones, entrevistas, actos, etc.) a fin de realizar una donación.

3. Alcance de los Servicios:

La consultoría deberá realizar las siguientes actividades:

- **Investigación y análisis:**
 - Análisis de la base de datos interna de la organización a fin de identificar personas, familias de la filantropía con capacidad para ser un Gran Donante.
 - Identificación de fuentes externas clave, incluyendo filántropos, oficinas familiares e intermediarios influyentes para la adquisición de donantes de personas de alto poder adquisitivo.
 - Análisis del perfil del "Gran Donante" (GD) basado en criterios demográficos, financieros, geográficos y de comportamiento.
 - Entrevistas con Grandes Donantes y Medianos Donantes que sirva de punto de partida para el desarrollo del arquetipo de Gran Donante.
- **Desarrollo de la base de datos:**
 - Creación de una base de datos estructurada y actualizada con información relevante sobre personas de alto poder adquisitivo.
 - Integración de la base de datos interna de la organización con nuevas fuentes externas.
- **Definición del arquetipo ideal:**
 - Definir un perfil detallado del "Gran Donante" (GD) a partir del análisis de la base de datos interna y fuentes externas.
 - Identificación de los atributos clave que definen a una persona de alto poder adquisitivo dispuesta a colaborar con la organización.
- **Estrategia de adquisición:**
 - Desarrollo de una estrategia para la adquisición de personas de alto poder adquisitivo que se alineen con el arquetipo ideal definido.
 - Propuesta de prospección, cultivación y adquisición en relaciones públicas para atraer este perfil.
- **Primer acercamiento:**
 - Realización de las primeras interacciones en conjunto con la oficial de Grandes Donantes con las personas identificadas, abriendo oportunidades de colaboración, conexión y establecimiento de siguientes pasos.
 - Establecimiento de protocolos de comunicación para el contacto inicial y seguimiento.

4. Metodología de Trabajo:

La consultoría deberá definir y presentar a MSF la ruta metodológica que seguirá para lograr los objetivos previstos, incluyendo técnicas y herramientas a utilizar. Deberá proponer un plan de trabajo que será consensuado con MSF, detallando las acciones y los actores previstos a entrevistar a través de entrevistas a profundidad a Medianos y Grandes Donantes. De igual forma, deberá realizar sus propias indagaciones para obtener los insumos necesarios y presentar un informe de calidad. Los productos estarán sustentados en referencias verificables y fuentes confiables que den respaldo a esta consultoría.

5. Entregables:

- Base de datos completa y estructurada de personas de alto poder adquisitivo, con al menos, una propuesta de 30 contactos externos (que cumplan el perfil, sean verificados y con información para contactar) y al menos 200 contactos de la base interna.
- Resultados de las entrevistas a profundidad a Medianos y Grandes Donantes.
- Documento detallado con la definición del arquetipo ideal del "Gran Donante" (GD).
- Estrategia de vinculación de personas de alto poder adquisitivo.
- Informe detallado de las interacciones realizadas a los prospectos de donantes con un análisis de las oportunidades abiertas validando el cumplimiento del Código Ético de MSF, sus datos de contacto, colaboraciones previas filantrópicas, áreas de interés en colaboración (donación, referidos, patrocinio, vinculación corporativa, etc), señalar el potencial de colaboración con acciones puntuales para conocer dónde podrían sumarse a la misión de la organización, buenas prácticas para cultivar a los contactos y siguientes pasos para dar continuidad a la relación.

6. Plazos:

- Fecha límite de recepción de postulaciones: 28 de marzo 2025.
- Revisión de entregables: 31 de marzo al 4 de abril 2025.
- Entrevistas: 7 al 11 de abril 2025.
- Inicio de consultoría: 21 de abril de 2025.

La consultoría deberá cumplir con los siguientes plazos de entrega:

- **Fase 1 (Investigación y Análisis):** 3 semanas desde la firma del contrato.
- **Fase 2 (Desarrollo de la Base de Datos):** 5 semanas desde la finalización de la Fase 1.
- **Fase 3 (Definición del Arquetipo Ideal y Estrategia de Adquisición):** 4 semanas desde la finalización de la Fase 2.
- **Fase 4 (Primer Acercamiento):** 4 semanas después de la entrega de la estrategia.

El plazo total estimado para la entrega de todos los entregables es de **16 semanas**.

7. Experiencia requerida:

- Compromiso y alineación con los valores de Médicos Sin Fronteras.
- Conocimiento y experiencia de al menos 5 años en temas de cooperación internacional y nacional en recaudación de fondos (Fundraising) con Grandes Donantes y Relaciones Corporativas.
- Profundo conocimiento de redes filantrópicas, particularmente en asistencia humanitaria.
- Experiencia demostrable en la creación de bases de datos.
- Habilidad para establecer relaciones estratégicas con Grandes Donantes y Corporativos, impulsando la captación de fondos.

8. Requisitos de la propuesta.

Las consultorías o agencias interesadas deberán enviar vía correo electrónico a jocelyn.murguia@mexico.msf.org a más tardar el 28 de marzo del 2025 los siguientes documentos:

- Una propuesta técnica que describa el enfoque y la metodología para alcanzar los objetivos.
- CV's del personal clave involucrado en el proyecto.
- Ejemplos de trabajos previos relevantes con otras Organizaciones de la Sociedad Civil.
- 2 referencias profesionales verificables de trabajo previo con otras organizaciones.
- Propuesta económica.

9. Evaluación y Aceptación:



La organización evaluará cada entregable en base a su calidad, relevancia y alineación con los objetivos del contrato. Cualquier ajuste necesario será comunicado por escrito, y el proveedor deberá realizar los ajustes correspondientes dentro de un plazo razonable.

10. Confidencialidad:

El proveedor se compromete a mantener la confidencialidad sobre toda la información proporcionada por la organización durante el proceso de consultoría, y no podrá compartirla con terceros sin el consentimiento expreso de la empresa.

11. Para mayor información contactar a: jocelyn.murguia@mexico.msf.org