



**SAND**.ORG  
CONSULTORIA E INNOVACIÓN

# ANALISIS DE POTENCIAL DE ATRACCIÓN DE FINANCIADORES PRIVADOS

## OBJETIVO DE LA HERRAMIENTA

Dar una valoración sobre aquellos aspectos que van a pesar sobre la decisión de posibles financiadores, en este sentido ofrecemos un puntaje sobre 4 aspectos que entendemos que el financiador aprecia para decidir si invierte fondos o no:

- 1.- VALOR COMO ORGANIZACIÓN
- 2.- VALOR GENERADO POR PROYECTOS
- 3.- VALOR COMO MARCA
- 4.- VALOR COMO CONOCIMIENTO

## 1.- VALOR COMO ORGANIZACIÓN

1.- El valor que tiene la organización en sí misma: grado en el que la estructura interna y capacidades de la organización son capaz de generar confianza en los inversores, más allá de su papel para alcanzar la misión y visión.

### VALOR COMO ORGANIZACIÓN

SOSTENIBILIDAD	sostenibilidad	capacidad de los equipos
FORTALEZA INSTITUCIONAL	comunicación	fortaleza organizacional
CAPACIDAD ORGANIZATIVA	relaciones	capacidad de ejecución

## 2.- VALOR GENERADO POR PROYECTOS

2.- Grado en el que los proyectos son un activo para la organización y en que la organización es capaz de presentar los resultados conseguidos y facilitar retorno de inversión a un financiador. En este apartado se valoran aspectos de los proyectos y de la capacidad de la organización para medir resultados.

### VALOR GENERADO POR PROYECTOS

SOSTENIBILIDAD DE PROYECTOS	sostenibilidad proyectos	capacidad para medir impacto
INNOVACION	innovación de proyectos	capacidad para evaluar resultados
IMPACTO	impacto social	dependencia externa, expertise
COSTE		

### 3.- VALOR COMO MARCA

3.- Valor de la marca de la organización en sí misma respecto de los beneficiarios y colaboradores, grado de atención de la organización a su marca o reputación corporativa .

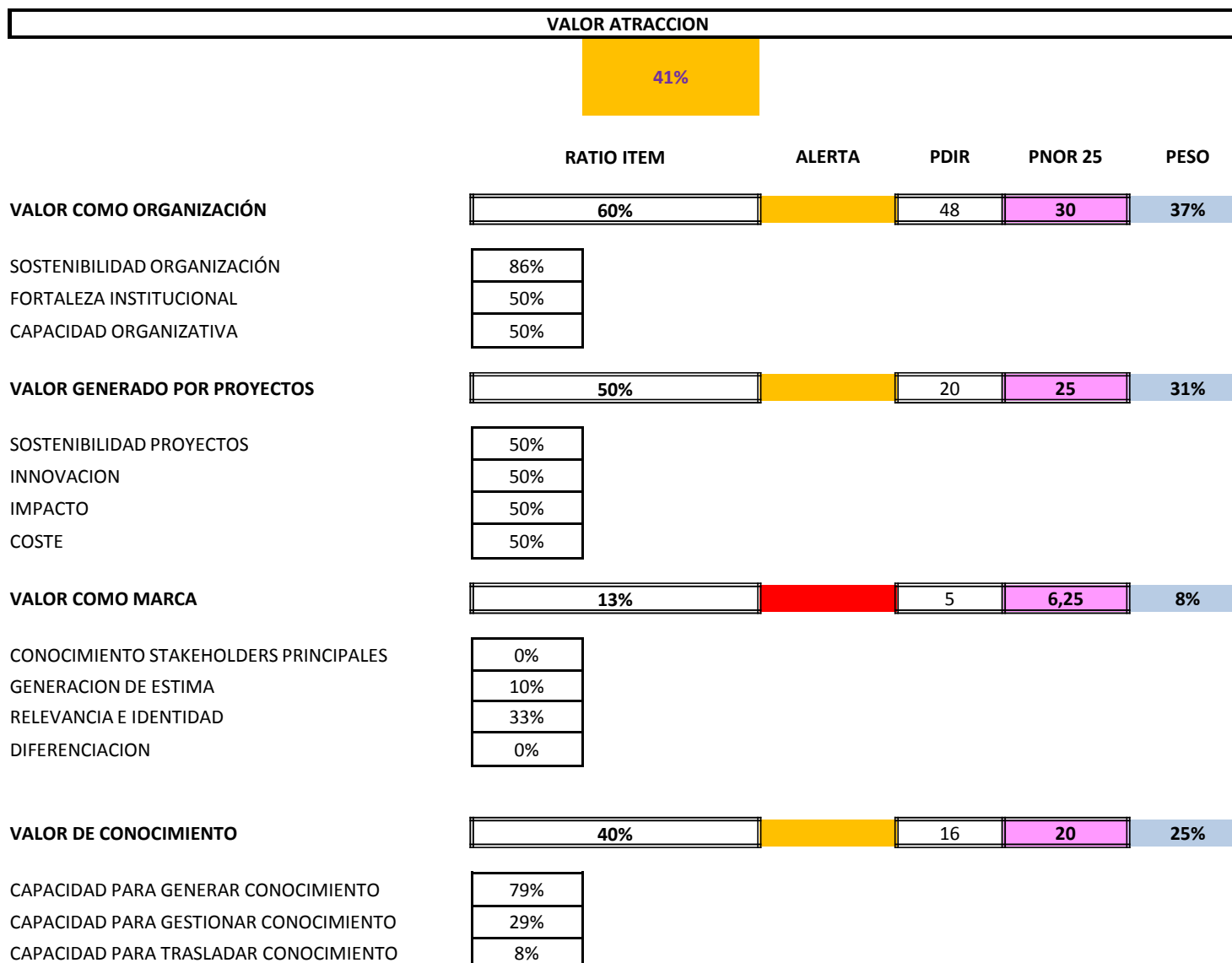
<b>VALOR COMO MARCA</b>	<b>(BRAND EQUITY adaptado)</b>	
CONOCIMIENTO STAKEHOLDERS PRINCIPALES	lealtad	imagen relacionada con los proyectos
GENERACION DE ESTIMA	notoriedad	diferenciación
RELEVANCIA E IDENTIDAD	reconocimiento social	reconocimiento identidad
DIFERENCIACION		

## 4.- VALOR COMO CONOCIMIENTO

4.- Capacidad de la entidad para generar valor añadido para la sociedad con sus actuaciones. Grado en que la organización es capaz de generar y aportar conocimiento a la sociedad

### VALOR DE CONOCIMIENTO

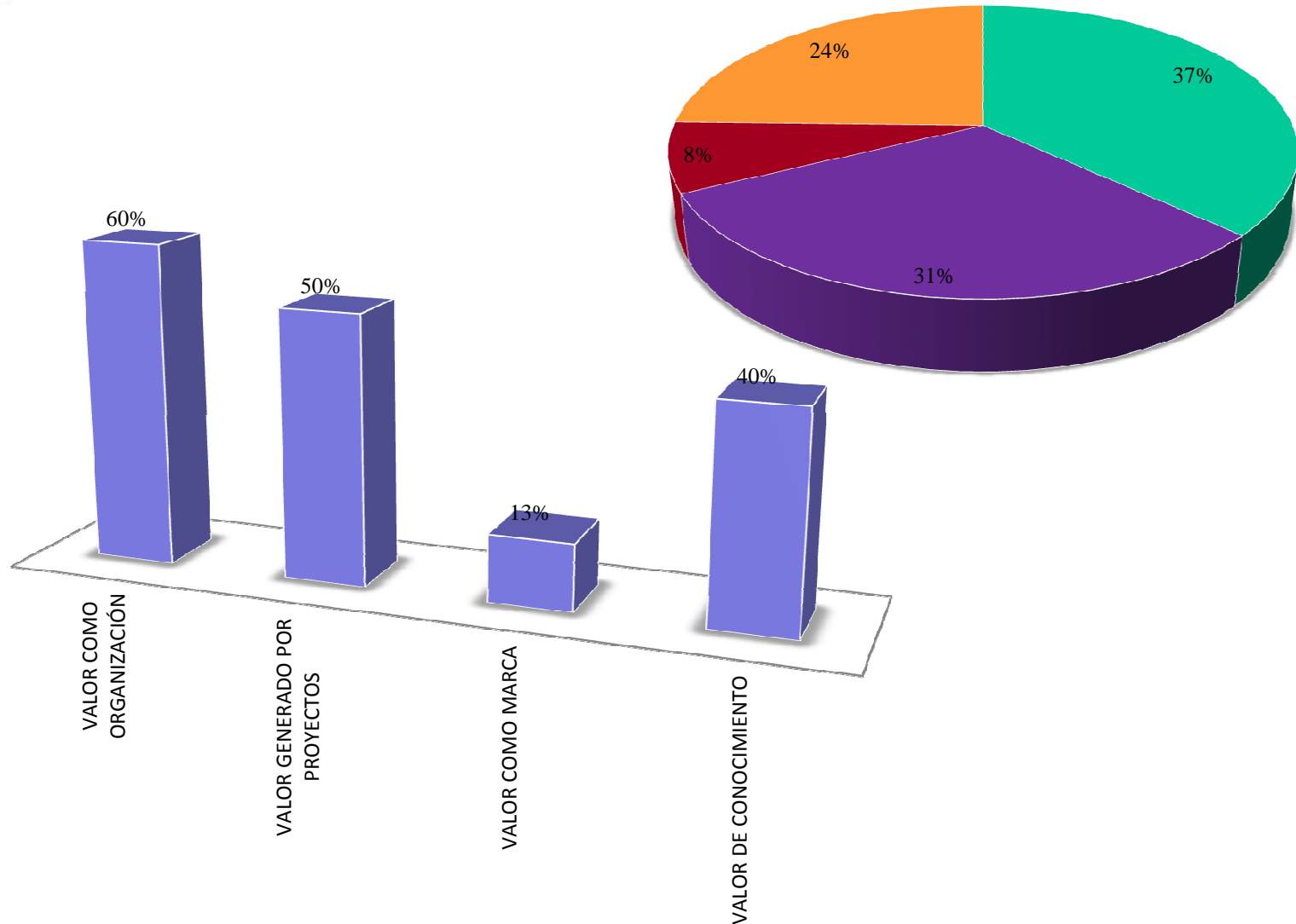
CAPACIDAD PARA GENERAR CONOCIMIENTO	Innovación	Aportar valor a la sociedad
CAPACIDAD PARA GESTIONAR CONOCIMIENTO	Gestión	
CAPACIDAD PARA TRASLADAR CONOCIMIENTO	Conocimiento	



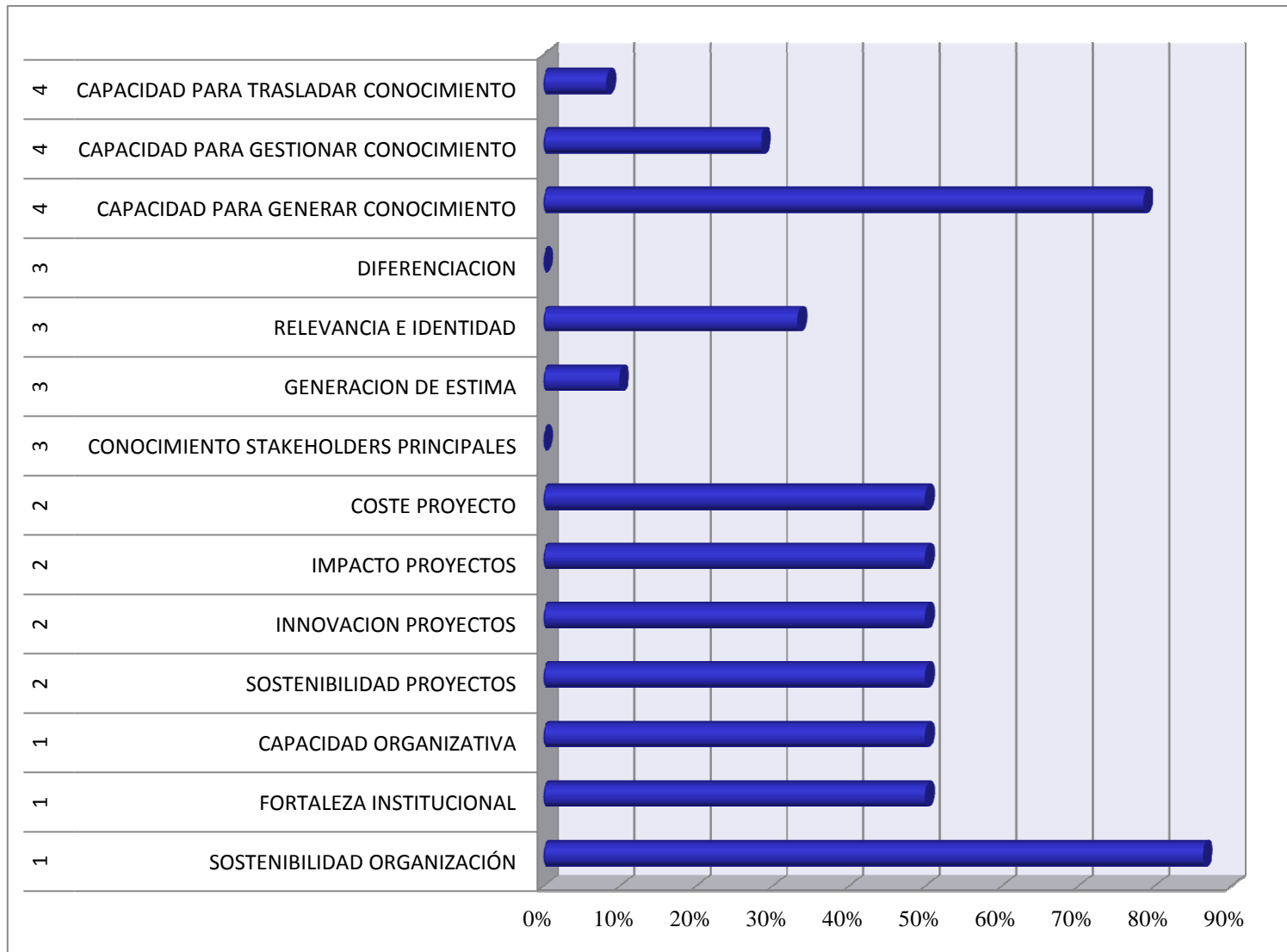


**SAND.ORG**  
CONSULTORIA E INNOVACIÓN

- VALOR COMO ORGANIZACIÓN
- VALOR GENERADO POR PROYECTOS
- VALOR COMO MARCA
- VALOR DE CONOCIMIENTO





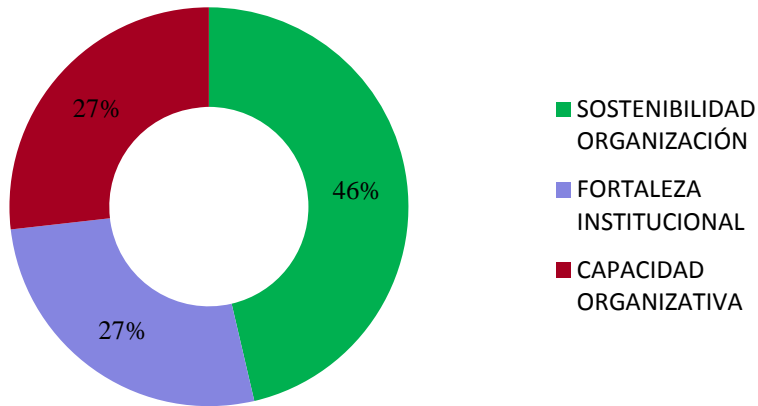




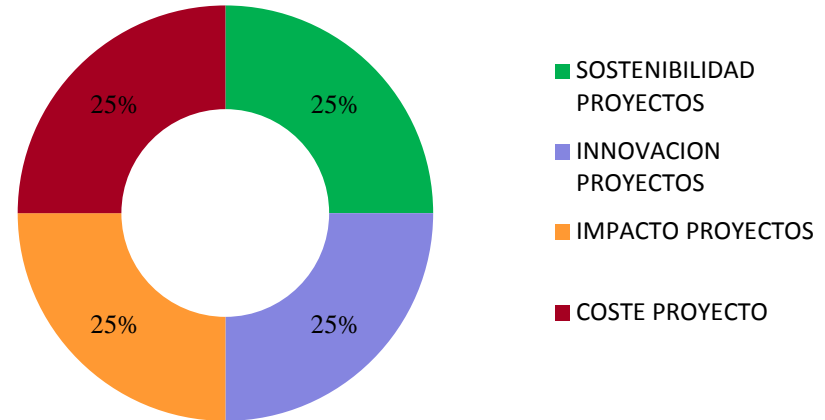
**SAND**  
ORG  
CONSULTORIA E INNOVACIÓN

## PESO CADA GRUPO FACTORES SOBRE AREA DE VALOR

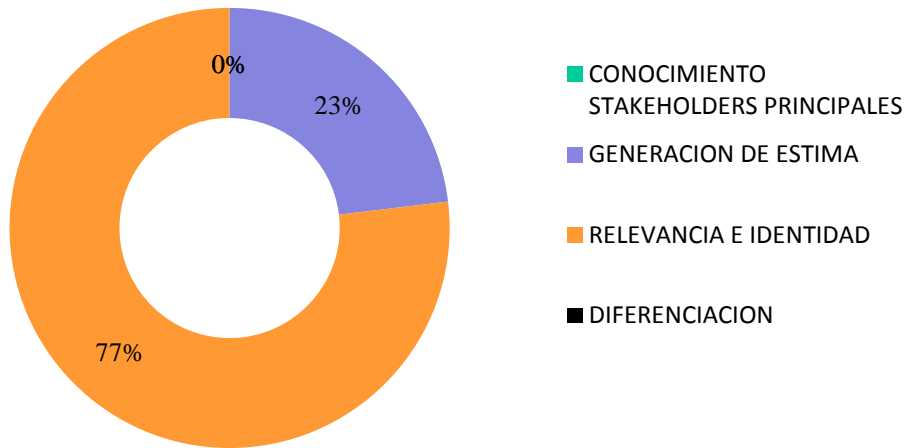
### ORGANIZACIÓN



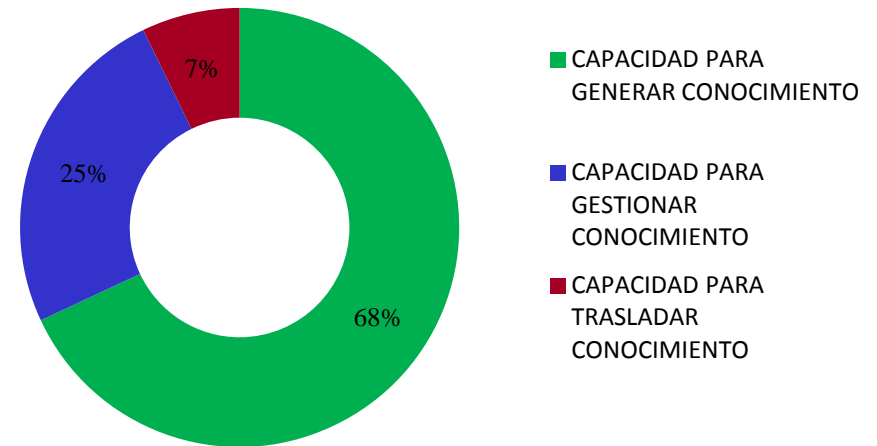
### PROYECTOS



### MARCA



### CONOCIMIENTO





Para más información contacte con  
[sand@sand.org.es](mailto:sand@sand.org.es)