

Grantwriting + Storytelling

Resumen del e-book

Grantwriting + Storytelling es una guía práctica para ayudar a organizaciones sociales, fundaciones, ONGs, consultores, líderes comunitarios y equipos de impacto a convertir una idea valiosa **en una propuesta base clara, coherente y financiable**.

El e-book parte de una idea central:

Tener una buena causa no es suficiente. Hay que saber convertirla en una propuesta que un donante pueda entender, evaluar y considerar financiable.

Muchas organizaciones tienen proyectos importantes, experiencia en territorio e historias poderosas, pero no siempre logran presentar sus ideas con claridad. A veces el problema está mal formulado, la evidencia está dispersa, las actividades no se conectan con resultados o la propuesta suena demasiado técnica, genérica o poco alineada con el donante.

Este e-book ayuda a cerrar esa brecha combinando dos habilidades:

- **Grantwriting:** ordenar una idea de impacto como una oportunidad de inversión social.
- **Storytelling:** contar el proyecto de forma humana, clara y estratégica, sin perder rigor.

No es un libro para leer de forma pasiva. Está diseñado para trabajar. Cada sección produce una pieza concreta que alimenta la siguiente, hasta llegar a una propuesta base lista para adaptar a una convocatoria, concept note o conversación con donantes.

1. Dolor que resuelve el e-book

El principal dolor que resuelve este e-book es que muchas buenas ideas no consiguen financiamiento porque **no están bien formuladas ni bien contadas**.

El problema no siempre es la causa. Muchas veces la causa es válida, urgente y necesaria. El problema es que la propuesta no logra demostrarlo.

Esto ocurre cuando:

- *La organización tiene una causa importante, pero no un problema específico.*
- *La propuesta empieza hablando de actividades antes de explicar la necesidad.*
- *El texto usa lenguaje técnico, genérico o difícil de entender.*
- *Hay una historia humana fuerte, pero no está conectada con evidencia.*
- *Hay datos, pero están desordenados o no se usan para justificar la propuesta.*
- *Los objetivos parecen actividades.*
- *Los resultados no muestran claramente qué cambiará.*
- *La sostenibilidad queda como una frase decorativa.*

- *La propuesta habla más desde la organización que desde el interés del donante.*

El e-book ayuda a pasar de una idea amplia como:

“Queremos apoyar a mujeres emprendedoras.”

a una formulación más financiable como:

“Mujeres emprendedoras rurales enfrentan dificultades para sostener y hacer crecer sus pequeños negocios debido al acceso limitado a formación financiera práctica, acompañamiento técnico y redes comerciales.”

Esa diferencia es clave. Una causa inspira, pero un problema financiable permite construir una propuesta

2. Producto final del e-book

Al terminar el recorrido, el lector debería tener una **Propuesta Base de Proyecto**.

No será una propuesta perfecta ni lista para enviar a cualquier donante sin ajustes. Pero sí será una base clara, ordenada y mucho más sólida que una idea suelta.

El producto final incluye:

Entregable clave	Estado
Diagnóstico de entrada del proyecto	☐ Listo
Problema financiable redactado	☐ Listo
Mapa básico de propuesta	☐ Listo
Historia estratégica del proyecto	☐ Lista
Cadena de coherencia e IGROW	☐ Listos
Borrador base en 8 bloques	☐ Listo
Adaptación inicial al donante	☐ Lista
Pitch de 3 minutos	☐ Listo

Estos entregables ayudan a que la persona no solo “entienda” cómo formular una propuesta, sino que termine con una primera versión concreta de su proyecto.

4. Aplicación de IGROW al e-book

IGROW es la metodología que organiza el recorrido. Ayuda al lector a pensar antes de escribir y a construir cada parte de la propuesta con intención.

IGROW	Aplicación en el e-book
I — Issue / Intention	Define el problema real que la propuesta necesita resolver.
G — Goal	Aterriza el cambio concreto que el proyecto quiere lograr.
R — Reality	Revisa la evidencia disponible y las brechas actuales.
O — Options	Presenta herramientas para construir una estrategia coherente.
W — Way Forward	Cierra cada sección con un ejercicio y un próximo paso claro.

En este e-book, IGROW no es una teoría adicional. Es una forma sencilla de ordenar la propuesta antes de escribirla, para evitar improvisar, repetir ideas o construir un documento sin dirección.

5. Promesa central del e-book

La promesa de **Grantwriting + Storytelling** no es garantizar financiamiento. El e-book es claro en esto: ningún recurso serio puede prometer que una propuesta será financiada.

Lo que sí promete es que, al finalizar el recorrido, la propuesta tendrá menos razones para ser descartada por problemas de formulación.

El cambio principal es pasar de decir:

“Tenemos una buena causa y necesitamos apoyo.”

a decir:

“Tenemos un problema claro, una estrategia coherente, evidencia inicial, resultados esperados y una propuesta base lista para adaptar.”

En síntesis:

Grantwriting + Storytelling ayuda a convertir una idea de impacto en una propuesta base lógica, humana y financiable.

El resultado no es escribir más.

Es escribir mejor: con claridad, evidencia, estructura, narrativa e intención.