

De Propuesta Financiable a Propuesta Competitiva

Resumen del e-book

De Propuesta Financiable a Propuesta Competitiva es un e-book práctico diseñado para ayudar a formuladores, organizaciones, cooperativas, centros de investigación, consultores y equipos institucionales a fortalecer una propuesta ya construida para que compita mejor ante un donante específico.

Este e-book no parte de una página en blanco. Parte de una propuesta real: un borrador, una versión avanzada o una propuesta casi lista para enviar. Su objetivo es hacer la última transformación: pasar de una propuesta técnicamente correcta a una propuesta **estratégicamente alineada, clara, persuasiva y competitiva**.

1. Dolor que resuelve el e-book

Muchas propuestas no pierden porque estén mal formuladas. Pierden porque no logran competir con su ficiente fuerza.

Una propuesta puede tener un problema claro, actividades lógicas, indicadores correctos y presupuesto coherente, pero aun así no destacar frente a otras. El problema aparece cuando la propuesta:

- *No demuestra con claridad por qué responde a **ese donante específico**.*
- *Está alineada solo por tema, pero no por prioridades, criterios y resultados esperados.*
- *Mezcla actividades, outputs y outcomes.*
- *Tiene evidencia, pero está dispersa o mal ubicada.*
- *Presenta un resumen ejecutivo débil o demasiado general.*
- *No tiene un argumento central fácil de recordar.*
- *Usa lenguaje técnico, largo o poco ejecutivo.*
- *No responde explícitamente a los criterios de evaluación.*
- *Cumple el formulario, pero no ayuda al evaluador a asignarle puntaje alto.*

Este e-book resuelve esa brecha. Ayuda al lector a mirar su propuesta como la mirará el donante: no solo preguntando si está completa, sino si está preparada para ser entendida, creída, evaluada y defendida frente a otras propuestas.

2. Producto final del e-book

Al cerrar el proceso, el lector tendrá una **Propuesta Competitiva Adaptada al Donante**: una versión fortalecida, alineada y lista para enviar o ajustar a una convocatoria específica.

Los entregables principales son:

Entregable	Estado
Diagnóstico de Competitividad de Entrada	☐ Listo
Mapa de Alineación con el Donante	☐ Listo
Tabla de Outputs y Outcomes	☐ Listo
Banco de Evidencia Competitiva	☐ Listo
Plan de Ajustes Estratégicos — Sesión 1:1 #1	☐ Listo
Arquitectura Persuasiva de Propuesta	☐ Listo
Historia Humana con Evidencia	☐ Listo
Párrafos Ejecutivos para Donantes	☐ Listo
Matriz de Evaluación Inversa	☐ Listo
Plan Final de Ajustes — Sesión 1:1 #2	☐ Listo
Propuesta Competitiva Adaptada al Donante	☐ Lista

El resultado final no es una propuesta perfecta ni una garantía de financiamiento. Es una propuesta más clara, más alineada, más evaluable y mejor preparada para competir.

3. IGROW aplicado al e-book

IGROW organiza todo el recorrido del e-book. No solo ordena el contenido: ordena la forma de revisar, fortalecer y defender una propuesta frente a un donante real.

Etapas	Aplicación en el e-book
I — Issue / Intent	Define para qué estás aquí y cuál es el problema competitivo que necesitas resolver. El e-book empieza con una pregunta incómoda: ¿tu propuesta está escrita para explicar tu proyecto o para competir frente a un donante real? Esta etapa despierta conciencia sobre las debilidades que pueden restar puntaje.
G — Goal	Aterrizas lo que debes lograr al final de cada sección. Cada parte del e-book termina con un entregable concreto: mapa de alineación, tabla de outputs y outcomes, banco de evidencia, arquitectura persuasiva, matriz de evaluación o plan de ajustes. Esta etapa convierte la revisión en construcción real.

Etapa	Aplicación en el e-book
R — Reality	Muestra el espejo: dónde está perdiendo fuerza tu propuesta hoy. Aquí el lector reconoce errores frecuentes: alineación superficial, evidencia decorativa, outcomes vagos, resumen débil, lenguaje técnico o criterios respondidos a medias.
O — Options	Entrega herramientas prácticas para mejorar la competitividad. Incluye plantillas, matrices, ejemplos antes/después, checklists y preguntas guía para decidir qué reforzar, qué mover al frente, qué llevar a anexos y qué eliminar.
W — Way Forward	Cierra cada sección con el próximo paso claro. Cada ejercicio produce una pieza que alimenta la siguiente. Nada queda suelto. Esta etapa convierte el e-book en un proceso de mejora estratégica, no en una colección de consejos.

4. Promesa del e-book

Este e-book no promete que la propuesta ganará fondos. Lo que sí promete es que, al terminar el recorrido, la propuesta será más fuerte frente a un donante específico.

En síntesis:

El e-book transforma una propuesta financiable en una propuesta competitiva: más alineada con el donante, más clara en sus outcomes, más sólida en evidencia, más persuasiva en su argumento, más humana en su narrativa, más ejecutiva en su escritura y más preparada para responder criterios reales de evaluación.