

Programa de subvenciones de-mercadotecnia (Año fiscal 2024-2025)

Este formulario no procede para los subdistritos

Los programas efectivos de mercadotecnia y relaciones públicas pueden marcar una diferencia significativa en la forma en que los Leones interactúan con las comunidades y en cómo ven las comunidades a los Leones. El Programa de Subvenciones de Mercadotecnia apoya la mercadotecnia de los distritos únicos y múltiples, y las actividades de relaciones públicas están disponibles. El comité de mercadotecnia revisará todas las solicitudes para determinar el impacto potencial general del club y el aumento de socios, así como su alcance, valor y capacidad para sensibilizar a la opinión pública.

Fechas del programa

1 de julio	Se aceptan nuevas solicitudes de subvenciones de mercadotecnia. Se actualiza la financiación del programa
15 de julio	Fecha límite para presentar los informes-posteriores de los destinatarios de las subvenciones del año fiscal anterior.
15 de septiembre	Último día para solicitar una subvención de mercadotecnia para el año fiscal en curso.
Octubre	El comité de mercadotecnia revisa todas las solicitudes y concede las subvenciones en función del impacto potencial del club y el aumento de socios, así como su alcance, valor y capacidad para sensibilizar a la opinión pública.

Categorías de las revisiones de las solicitudes

Todas las solicitudes y peticiones de subvenciones se revisan en octubre y se aprueban a discreción exclusiva del comité de mercadotecnia.

El programa debe tener impacto en todo el distrito múltiple o único. Se tendrán en cuenta especialmente los programas que vayan a ser patrocinados por un porcentaje más alto de clubes del Distrito Múltiple (DM) o Distrito Único (DU), planes que se centran en los objetivos de la MISIÓN 1.5, y aquellos que involucren a los clubes Leo en las actividades propuestas de mercadotecnia o relaciones públicas.

Las subvenciones de mercadotecnia se revisan conforme a las siguientes categorías:

- **Alcance:** se refiere a la capacidad de captar la atención de un gran porcentaje del público externo (que no sean Leones), por ejemplo, periodistas, consumidores de medios de comunicación (como telespectadores, lectores de periódicos), vistas de redes sociales o sitios web.
- **Imagen de la marca:** involucra la prominencia y frecuencia con que se exhibirá la marca Lions International durante las actividades propuestas para la subvención. Ejemplos de la imagen de la marca incluyen el desarrollo de anuncios, vídeos, artículos

promocionales o folletos que incorporen los colores, logotipos o emblemas oficiales de Lions International.

- **Crecimiento:** se refiere a la probabilidad de que las actividades de subvención propuestas den lugar a la captación de nuevos socios o clubes.
- **Valor:** el comité de mercadotecnia evaluará si el monto de la subvención solicitada parece adecuado para las actividades propuestas. Siempre que le sea posible, envíe presupuestos o estimaciones presupuestarias con su solicitud para que se tengan en cuenta.

Criterios para la asignación de fondos

El presupuesto total para el programa de subvenciones de mercadotecnia es de 500 000 dólares anuales. La tabla siguiente identifica los límites de los fondos según lo decidido por el comité de mercadotecnia.

Límites de fondos por categoría de solicitud

Categoría de solicitud	Monto máximo de la subvención	Monto del primer pago	Monto del segundo pago	Requisito de 10 % de fondos correspondidos
Zonas provisionales: Debe presentar la solicitud el León Coordinador	1500 USD	1500 USD	N/A	Sí 150 USD
Regiones provisionales: el León Coordinador debe presentar la solicitud	3000 USD	3000 USD	N/A	Sí 300 USD
Otras áreas sin distritar: el León Coordinador debe presentar la solicitud	3000 USD	3000 USD	N/A	Sí 300 USD
Distrito único** (cuando no forma parte de un DM)	5000 USD	3500 USD	1500 USD	Sí 500 USD
Distrito múltiple	15 000 USD	10 000 USD	5000 USD	Sí 1500 USD

** Los subdistritos de un DM deben solicitar las subvenciones como parte del DM y no pueden solicitarlas por separado.

Las solicitudes de subvenciones de mercadotecnia de distritos únicos y múltiples que hayan sido aprobadas recibirán por adelantado una parte de los fondos de la subvención aprobada, y el segundo pago final se efectuará después de que se reciba el informe posterior completo y hayan concluido todas las actividades de la subvención de mercadotecnia.

Todos los destinatarios de la subvención deben contribuir con un mínimo del 10 % de los fondos correspondidos a la subvención otorgada. Para más información, consulte la sección de límites de financiación en las directrices del programa. El informe posterior final debe documentar de forma clara las pruebas del 10 % de los fondos correspondidos. El 10 % de los fondos correspondidos debe provenir de los fondos recolectados de los distritos únicos y múltiples, zonas, regiones o áreas y no de los bienes o servicios donados.

Todos los fondos deben gastarse antes del 30 de junio del año fiscal en el cual se concede la subvención y, si quedan fondos sin gastar, los mismos deben ser devueltos a Lions International a más tardar el 15 de julio del año fiscal siguiente. EE. UU. y los territorios de EE. UU. deben completar un [Formulario W-9](#).

Reglas, criterios y directrices para presentar el informe posterior del Programa de Subvenciones de Mercadotecnia

Reglas del Programa de Subvenciones de Mercadotecnia

Las subvenciones solo pueden tener fines de mercadotecnia, relaciones públicas o de publicidad y deben utilizar materiales de Lions International o desarrollados de forma local que hayan sido aprobados por el Departamento de Relaciones Públicas de Lions International.

Las solicitudes de subvenciones de mercadotecnia se aprueban a exclusivo criterio del Comité de Mercadotecnia. Una vez que el Comité apruebe su solicitud, no podrá desviarse de las actividades de marketing aprobadas sin la aprobación por escrito del Comité de Mercadotecnia.

No puede solicitar subvenciones para actividades de marketing que estén en curso o que se hayan completado previamente en el momento de la solicitud.

Los destinatarios de la subvención deben:

- Mostrar claramente el logotipo de los Leones en los materiales de su campaña.
- Compartir el arte conceptual con Lions International antes de la producción.
- Utilizar los logotipos oficiales y las directrices de uso de la marca Lions International.

www.lionsclubs.org/brand.

En el momento de solicitar la subvención, deben nombrar un director del programa, y antes de que Lions International envíe el primer pago, deben nombrar un comité conjunto del programa y de relaciones públicas.

En el caso de un distrito múltiple, el presidente de consejo debe firmar la solicitud después de obtener la aprobación de todos los gobernadores de distrito. El director del programa también debe firmar la solicitud. En el caso de un distrito único, deben firmar el gobernador del distrito y el director del programa. Las solicitudes para zonas provisionales, áreas provisionales y áreas sin distritar deben ser presentadas por el León coordinador.

Las subvenciones de mercadotecnia pueden usarse para financiar las actividades de relaciones públicas, publicidad o mercadotecnia que están dirigidas al público externo (que no son Leones) y a los miembros de los medios de comunicación. Entre los ejemplos de gastos de financiación de las subvenciones de mercadotecnia aprobados podrían incluirse:

- La creación de folletos o volantes para promover un próximo proyecto de servicio.
- La contratación de vendedores o agencias para llevar a cabo campañas de relaciones públicas, mercadotecnia, publicidad o digitales.
- La compra de obsequios de marca para entregar al público durante un evento.
- Los costos de producción de materiales de mercadotecnia, incluyendo la impresión y el envío.
- Los costos de producción de vídeos o del sitio web.
- Las actividades externas de mercadotecnia o de relaciones públicas que están dirigidas a los profesionales de los medios o al público.

La financiación de las subvenciones de mercadotecnia no puede usarse para:

- Financiar las actividades de servicio (por ejemplo, comprar comida para la despensa).
- Comprar suministros para clubes.....
- Dar premios de dinero en efectivo o hacer donaciones.
- Efectuar reuniones internas, sesiones de capacitación o comunicaciones únicamente para los socios Leones.
- Comprar cualquier producto o servicio que no esté relacionado con las actividades aprobadas para la subvención de mercadotecnia.

Criterios para ser elegible

Los distritos múltiples, los distritos únicos que no forman parte de un distrito múltiple, las zonas sin distritos y las áreas y zonas provisionales son elegibles para solicitar una subvención de comercialización.

Grandes ideas para subvenciones pueden surgir de cualquier lugar, pero en este momento los clubes de Leones, los Leones individuales y los subdistritos dentro de un distrito múltiple no son elegibles para solicitar una subvención de mercadotecnia. Si tiene una idea para una subvención de marketing, comuníquese con el presidente de su consejo o con el León coordinador.

Directrices del informe final

En un plazo de 30 días, después de terminar el proyecto, los destinatarios de la subvención de mercadotecnia deben presentar un informe posterior detallado. Los informes posteriores se pueden presentar en línea en <https://lionsclubs.jotform.com/222704539815055?language=es>. Los destinatarios de subvenciones que no envíen un informe posterior no tendrán derecho a subvenciones futuras de mercadotecnia. Los informes deben recibirse a más tardar el 15 de julio del año fiscal siguiente. El año fiscal de Lions International es del 1 de julio al 30 de junio.

Los informes posteriores constan de tres secciones.

Secciones del informe posterior	
Tema de la sección	Detalles de la sección que se sugieren
Sección 1: Evaluación de proyecto	Proporcionar una descripción detallada del programa. ☐ ¿Cuál era el objetivo o meta? ☐ Describir todas las actividades realizadas o los materiales y artículos producidos. ☐ Proporcione muestras de materiales de mercadotecnia creados, comunicados de prensa, fotografías, vídeos, clips multimedia y publicidad en el mercado.
Sección 2: Impacto del proyecto	Compartir todos los datos relevantes de las actividades del programa. Los datos pueden incluir: ☐ Número de socios nuevos reclutados. ☐ Impresiones del público. ☐ Número de artículos periodísticos garantizados. ☐ Número de interacciones en las redes sociales
Sección 3: Finanzas del proyecto	Proporcionar un registro contable detallado de cómo se gastó la financiación de la subvención. ☐ Incluir todos los gastos y el monto total gastado en el proyecto. ☐ Se deben proporcionar copias de todos los recibos y facturas pagadas para cada artículo del gráfico / hoja de cálculo. ☐ Mostrar cómo se aplicó el 10 % de fondos correspondidos a este programa.

¿Tiene preguntas? Nuestro equipo está aquí para ayudar.

Nuestro equipo siempre está aquí para responder las preguntas u ofrecer orientación para las actividades de subvenciones de mercadotecnia. Puede ponerse en contacto con nosotros en publicrelations@lionsclubs.org.

Programa de subvenciones de mercadotecnia 7/2024