

# MANUAL DE GOBIERNO DE DATOS

PROGRAMA DE DONANTE INDIVIDUAL  
WWF COLOMBIA

---

2023

---



Ver 01

Noviembre 2023



## Tabla de contenido

Introducción.....	4
Alcance .....	5
Marco normativo .....	6
Objetivo .....	6
Alcance.....	6
Normativa aplicable.....	7
Objetivos del gobierno de datos .....	8
Estructura organizativa de gobernanza de datos.....	9
Roles y responsabilidades.....	9
Oficial de Marketing.....	9
Analista de datos de PTESA.....	9
Chief Data Officer (CDO).....	10
Equipo de Gobernanza de Datos.....	10
Políticas y estándares propuestos .....	10
Política 1: Privacidad y Protección de Datos.....	10
Política 2: Calidad y Coherencia de los Datos.....	11
Política 3: Revisión y Aprobación de Procesos y Políticas .....	11
Procedimientos clave .....	12
Procedimiento 1: ETL en Power Pivot .....	12
Procedimiento 2: Diseño y Visualización de Métricas con Power BI .....	13
Procedimiento 3: Procedimiento Estándar de Actualización Semanal del Tablero de Power BI.....	13
Estándares de Presentación de Informes .....	14
<i>Manejo del Logotipo de WWF Colombia en Tableros de visualización.....</i>	14
<i>Fondos .....</i>	15
<i>El Sistema de Colores de WWF.....</i>	16
<i>Fuentes tipográficas .....</i>	18
Regulaciones y Normativas Relevantes.....	18



Mecanismos de Evaluación y Mejora Continua .....	19
Bases de Datos .....	21
Mecanismos propuestos de evaluación bases de datos:.....	21
Metadatos .....	0



Versión	Fecha de versión	Descripción del cambio
1	2/11/2023	Creación del documento



## MANUAL DE GOBIERNO DE DATOS PROGRAMA DE DONANTE INDIVIDUAL WWF COLOMBIA

### Introducción

La gestión y consolidación de la información de los programas de donaciones individuales ha sido un desafío importante para WWF Colombia. Actualmente, se realizan informes de desempeño de manera manual en Excel, sin seguir una metodología establecida. Esta forma de trabajo ha generado una carga de trabajo considerable, plazos de entrega poco convenientes para la toma oportuna de decisiones estratégicas y una falta de integridad de los datos.

A medida que el programa de donantes individuales ha experimentado un crecimiento significativo, la cantidad de información transaccional ha aumentado considerablemente, superando las capacidades de Excel. En respuesta a esta necesidad, WWF Colombia ha decidido invertir en un sistema de procesamiento de datos que incorpora un ERP (Enterprise Resource Planning) y propone la implementación de un CRM (Customer Relationship Management) para gestionar los diferentes tipos de donantes. Esta iniciativa tiene como objetivo mejorar la integridad de los datos, reducir la carga de trabajo y mejorar la oportunidad de la toma de decisiones estratégicas. La estandarización de la información resultante permitirá construir una arquitectura y gobernanza de datos efectivas.

Actualmente, es difícil obtener una visión completa de la situación actual de los donantes y de las características específicas de las donaciones, como canales eficientes de donación, cantidad de donantes recurrentes, estacionalidad, churn de donantes, entre otras. Estos datos son fundamentales para tomar decisiones informadas sobre las estrategias del programa y lograr atraer y mantener donaciones de manera efectiva.

Con la implementación de una gobernanza de datos sólida, se busca establecer una estructura organizativa clara, definir políticas y estándares, y establecer procesos y procedimientos consistentes para garantizar la calidad, seguridad y privacidad de los datos de los donantes individuales. Esto permitirá a WWF Colombia obtener información confiable y oportuna sobre los donantes y las donaciones, facilitando la toma de decisiones estratégicas y el desarrollo de estrategias más efectivas para impulsar el programa de donaciones individuales.

A través de este manual de gobierno de datos, WWF Colombia busca mejorar la gestión y la consolidación de la información de los donantes individuales, garantizando una correcta



gobernanza de datos y permitiendo el aprovechamiento completo de la información para el desarrollo y crecimiento sostenible del programa.

## Alcance

Dentro del alcance del manual de gobierno de datos del programa de donante individual de WWF Colombia, se incluye la gestión de la arquitectura de datos que se refiere a la planificación, diseño y gestión de la estructura y organización de los datos en el contexto específico del proyecto de donante individual de WWF, no de toda la organización.

La arquitectura de datos proporciona un marco para la integración, estandarización e interoperabilidad de los datos en el programa de donante individual. Actualmente, se identifican varios retos y necesidades, como la falta de una estructura organizacional básica, la ausencia de automatización y herramientas de analítica avanzada, lo que resulta en procesos manuales y limitaciones en la presentación de datos, cálculo de KPI y disponibilidad de conocimiento.

Para lograrlo, se monitorean KPI como los montos de las donaciones, el número de donantes, el canal de ingreso, y otras características relevantes. Estos KPI guían la toma de decisiones para cumplir con el objetivo misional.

Se identifican brechas en el procesamiento y los aplicativos existentes que dan origen al proyecto. El objetivo del proyecto es solucionar los problemas identificados en la arquitectura actual (As Is) y alcanzar el modelo propuesto (To Do), que busca cumplir eficientemente con el objetivo misional de WWF utilizando los recursos actuales de la organización.

Para alcanzarlo, se incluye un proceso de automatización haciendo uso de Power Pivot, una herramienta de Microsoft Excel que permite la automatización y centralización de datos para el análisis, creación de relaciones entre conjuntos de datos, actualización periódica eficiente así como cálculos y medidas personalizadas. Permitiendo manejar grandes volúmenes de datos de diferentes fuentes y combinarlos en un solo modelo de datos. Esto es especialmente útil considerando la información del programa involucra múltiples conjuntos de tablas de datos. Además, Power Pivot facilita la importación, transformación y relación de datos de diferentes fuentes, como archivos de texto y archivos CSV que contienen información transaccional y de clientes, lo cual es fundamental para el proceso de Extracción, Transformación y Carga (ETL) planificado para el proyecto.



Adicionalmente, se utiliza Power BI, otra herramienta de Microsoft, como solución de visualización de datos. Power BI, permite transformar datos complejos en informes interactivos ajustados a la identidad de marca de WWF Colombia a partir de visualizaciones personalizadas, para compartir informes de manera eficiente. Esto contribuye a comunicar insights y facilitar la toma de decisiones basadas en datos de forma intuitiva y accesible.

En resumen, el manual de gobierno de datos del programa de donante individual de WWF Colombia establece los lineamientos para la gestión de la arquitectura de datos del proyecto, mejorando la estructura, organización, automatización, análisis y visualización de los datos, contribuyendo al cumplimiento eficiente del objetivo misional de WWF.

## **Marco normativo**

### **Objetivo**

El objetivo del Manual de Gobernanza del Programa de Donación Individual de WWF Colombia es optimizar y estandarizar el proceso de gestión de datos con el propósito específico de reducir los tiempos de procesamiento (ETL) y facilitar la toma de decisiones fundamentadas dentro del programa.

Este manual se enfoca en la simplificación y armonización de la integración de datos donación por donación, identificando y definiendo de manera coherente los atributos esenciales necesarios para registrar, organizar, almacenar y gestionar la información relacionada con las donaciones individuales. Al unificar y estandarizar la información clave en todos los aspectos del programa a nivel local, se busca mejorar la precisión y la disponibilidad de datos relevantes para optimizar la toma de decisiones.

Además, se garantiza la protección de los datos personales de los donantes y el cumplimiento de la normatividad vigente en materia de protección de datos.

### **Alcance**

El alcance del Manual de Gobernanza de Datos para el Programa de Donante Individual de WWF Colombia se centra en definir un marco de gobernanza para el continuo desarrollo del Modelo de Datos específico para este programa. Este documento establece la estructura gradual para la gobernanza del Modelo de Datos, comenzando con la integración progresiva de estándares y capas de datos, tablas y procedimientos, específicamente adaptadas para el programa de donantes individuales de WWF Colombia.



## Normativa aplicable

A continuación, se mencionan las leyes, reglamentos y disposiciones legales relevantes en relación con la protección de datos personales, como la Constitución Nacional, la Ley 1266 de 2008, la Ley Estatutaria 1581 de 2012 y su Decreto reglamentario 1377 de 2013.

*Política de tratamiento de datos personales:* Se establece la política de tratamiento de datos personales de WWF Colombia, la cual regula la recolección, almacenamiento, uso, administración, supresión y protección de la información personal de los donantes.

*Consentimiento informado:* Se establece que al aceptar los términos y condiciones legales en la página de internet de WWF Colombia, los donantes autorizan de manera previa, expresa e informada el almacenamiento y tratamiento de sus datos personales por parte de las firmas proveedoras de servicios de recaudo electrónico y WWF Colombia.

*Datos recolectados:* Se especifica qué tipo de datos personales se recolectan de los donantes, como nombre, teléfono, número de cédula, dirección, correo electrónico, datos financieros, entre otros. Además, se menciona que estos datos se obtienen a través de diferentes canales de contacto, como llamadas telefónicas, página de internet, capacitaciones, eventos, correos electrónicos, entre otros.

*Uso de la información:* Se establece que WWF Colombia utiliza la información personal y financiera de los donantes con el fin de realizar gestión administrativa, comunicación relacionada con productos y servicios, promoción de actividades, elaboración de estadísticas y estudios, entre otros fines legítimos.

*Transferencia de datos:* Se informa que WWF Colombia podrá transmitir o transferir los datos personales a terceros, como agentes, proveedores de servicios, aliados, estableciendo mecanismos de seguridad y protección de la información.

*Consulta y actualización de datos:* Se indica que los donantes tienen el derecho de conocer, actualizar y rectificar la información que se haya recogido sobre ellos en las bases de datos de WWF Colombia, así como autorizar o excluir el tratamiento de sus datos. Se mencionan los procedimientos para ejercer estos derechos.

*Seguridad de la información:* Se establece el compromiso de WWF Colombia y los proveedores de servicios de recaudo electrónico de implementar medidas de seguridad adecuadas para proteger la información personal de los donantes contra adulteración, pérdida, uso o acceso no autorizado.

*Términos y condiciones de las plataformas de recaudo electrónico:* Se mencionan los términos y condiciones de uso y privacidad de las firmas proveedoras de servicios de



recaudo electrónico utilizadas por WWF Colombia, y se informa a los donantes sobre su responsabilidad de verificar y aceptar dichos términos al realizar una donación.

*Disposiciones generales:* Se incluyen disposiciones adicionales relacionadas con la actualización de la política de tratamiento de datos personales, la disponibilidad del manual de gobernanza en la página web de WWF Colombia y la solicitud de autorización cuando se modifique la finalidad del tratamiento de los datos personales.

## Objetivos del gobierno de datos

*Mejorar la eficiencia en la gestión de datos del programa de donaciones:* El objetivo principal es optimizar los procesos relacionados con la gestión de datos en el área de Alianzas & Fundraising de WWF Colombia. Esto incluye la implementación de un proceso ETL (Extracción, Transformación y Carga de datos) para asegurar la calidad y fiabilidad de los datos. Así como la generación de visualizaciones y KPIS estandarizados, de actualización periódica.

*Optimizar la transparencia:* El gobierno de datos busca garantizar la transparencia en el manejo de los datos relacionados con las donaciones. Esto implica establecer políticas y procedimientos claros para la recolección, almacenamiento, uso y divulgación de la información de los donantes, de acuerdo con las leyes y regulaciones aplicables.

*Facilitar la toma de decisiones basada en datos:* El objetivo es utilizar los datos recolectados de manera efectiva para respaldar la toma de decisiones estratégicas en el área de Alianzas & Fundraising. Esto implica el diseño y desarrollo de un tablero de control actualizable que muestre los ingresos y el número de donantes del programa, utilizando los principales indicadores clave de rendimiento (KPI) definidos en el marco de la arquitectura de datos.

*Aumentar la cantidad y calidad de las donaciones:* El objetivo es incrementar tanto la cantidad de donantes como la calidad de las donaciones recibidas. Esto implica utilizar los datos disponibles para identificar oportunidades de mejora en la estrategia de captación de fondos, implementar acciones específicas para atraer a nuevos donantes y fortalecer la relación con los donantes existentes.

## Estructura organizativa de gobernanza de datos

### Roles y responsabilidades

En el corto plazo, se identifican dos roles clave involucrados en la gobernanza de datos:

#### Oficial de Marketing

Responsabilidades:

- Proporcionar la visión estratégica y las metas del área de Alianzas & Fundraising en relación con la gestión de datos.
- Colaborar en la definición de los requisitos de datos necesarios para la toma de decisiones y el análisis de donaciones.
- Asegurar que se cumplan las políticas y regulaciones de privacidad y protección de datos en las actividades de marketing.
- Participar en la revisión y aprobación de los procesos y políticas relacionados con la gestión de datos.

#### Analista de datos de PTESA

Responsabilidades:

- Recolectar, analizar y validar los datos relacionados con las donaciones y los donantes.
- Realizar el procesamiento de datos, incluyendo la extracción, transformación y carga (ETL), para garantizar la calidad y coherencia de los datos.
- Desarrollar informes y análisis para respaldar la toma de decisiones en el área de Alianzas & Fundraising.
- Colaborar con el Oficial de Marketing y otros stakeholders en la identificación de oportunidades de mejora basadas en los datos.

En el largo plazo, se espera contar con una estructura organizativa oficial de gobernanza de datos, que podría incluir los siguientes roles:

#### *Comité de Gobernanza de Datos*

Responsabilidades:



- Establecer políticas, directrices y procesos para la gestión de datos en toda la organización.
- Supervisar la implementación y el cumplimiento de las políticas de gobernanza de datos.
- Revisar y aprobar cambios en la arquitectura de datos y en las políticas de privacidad y protección de datos.
- Resolver problemas y tomar decisiones relacionadas con la gestión de datos.

## **Chief Data Officer (CDO)**

Responsabilidades:

- Liderar la estrategia de gobernanza de datos y promover una cultura de datos en toda la organización.
- Definir las políticas y estándares de gestión de datos, asegurando su alineación con los objetivos estratégicos de la organización.
- Supervisar la implementación de procesos y tecnologías para la gestión de datos y la protección de la privacidad.
- Colaborar con los diferentes departamentos y stakeholders para asegurar la calidad, integridad y disponibilidad de los datos.

## **Equipo de Gobernanza de Datos**

Responsabilidades:

- Implementar y ejecutar las políticas y directrices establecidas por el Comité de Gobernanza de Datos.
- Gestionar los procesos de calidad de datos, incluyendo la recolección, transformación, almacenamiento y divulgación de la información.
- Realizar el monitoreo y seguimiento de la calidad de los datos, identificando y resolviendo problemas o discrepancias.
- Colaborar con los diferentes departamentos y usuarios de datos para asegurar el cumplimiento de las políticas y estándares establecidos.

# **Políticas y estándares propuestos**

## **Política 1: Privacidad y Protección de Datos**

Responsabilidad del Oficial de Marketing:



El Oficial de Marketing es responsable de garantizar que se cumplan las políticas y regulaciones de privacidad y protección de datos en todas las actividades de marketing. Esto incluye, pero no se limita a, la gestión adecuada de los datos de donantes y la implementación de medidas de seguridad para proteger la información confidencial.

#### Responsabilidad del Analista de datos

El Analista de datos debe asegurarse de que se respeten las políticas de privacidad y protección de datos al recolectar, analizar y validar los datos relacionados con las donaciones y los donantes. Además, debe garantizar la confidencialidad y seguridad de los datos durante el procesamiento y generación de informes.

### **Política 2: Calidad y Coherencia de los Datos**

#### Responsabilidad del Oficial de Marketing:

El Oficial de Marketing colaborará con los stakeholders relevantes para definir los requisitos de datos necesarios para la toma de decisiones y el análisis de donaciones. Asimismo, se asegurará de que los datos sean consistentes y confiables, y de que se sigan los estándares y procedimientos establecidos para mantener la calidad de los datos.

#### Responsabilidad del Analista de datos

El Analista de datos será responsable de recolectar, analizar y validar los datos relacionados con las donaciones y los donantes. Deberá realizar el procesamiento de datos, incluyendo la extracción, transformación y carga (ETL), para garantizar la calidad y coherencia de los datos en todas las bases de datos.

### **Política 3: Revisión y Aprobación de Procesos y Políticas**

#### Responsabilidad del Oficial de Marketing:

El Oficial de Marketing participará activamente en la revisión y aprobación de los procesos y políticas relacionados con la gestión de datos en el área de Alianzas & Fundraising. Esto incluye proporcionar la visión estratégica y las metas del área en relación con la gestión de



datos, y colaborar en la definición de los requisitos de datos necesarios para la toma de decisiones y el análisis de donaciones.

### Responsabilidad del Analista de datos

El Analista de datos colaborará con el Oficial de Marketing y otros stakeholders en la identificación de oportunidades de mejora basadas en los datos. Participará en la revisión y aprobación de los procesos y políticas relacionados con la gestión de datos, aportando su experiencia y conocimiento en análisis de datos.

Es importante tener en cuenta que este es solo un borrador inicial y que debe ser revisado y adaptado a las necesidades y políticas específicas de WWF Colombia. Además, se recomienda involucrar a los equipos de TI y Legal para garantizar el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables en materia de privacidad y protección de datos.

## Procedimientos clave

### Procedimiento 1: ETL en Power Pivot

- Abre Power Pivot en Excel y carga los datos necesarios desde las bases de datos mencionadas en el manual de gobernanza.
- Haz clic en la pestaña "Obtener Datos Externos" y selecciona la opción adecuada según la base de datos que deseas cargar.
- Configura la conexión a la base de datos proporcionando la información requerida, como la ubicación del archivo o el servidor y las credenciales de acceso.
- Selecciona las tablas o consultas que deseas importar y haz clic en "Cargar" para cargar los datos en Power Pivot.
- Utiliza las herramientas de Power Pivot, como el Editor de Consultas y la Vista de Diagrama, para realizar las transformaciones necesarias en los datos. Esto incluye limpiar los datos, combinar tablas, aplicar cálculos y definir relaciones entre las tablas.
- Una vez completadas las transformaciones, haz clic en "Cerrar y Cargar" para cargar los datos transformados en Excel y poder utilizarlos en los informes de Power BI.

Tratamiento y transformaciones usuales:

- Formato de Fechas: DD/MM/YYYY.



- Número de identificación: FORMATO TEXTO, MANTENER EN MAYÚSCULAS.
- Nombres y apellidos: Mantener en mayúsculas, permite caracteres especiales.
- Canales: Mantener en mayúsculas.
- Número de transacciones: Mantener en número, no admite decimales en ETL.
- Monto/valor de donaciones: Mantener números, separador de decimales como “,” y separador de miles punto”.”.

## **Procedimiento 2: Diseño y Visualización de Métricas con Power BI**

- Abre Power BI Desktop y crea un nuevo informe en blanco.
- Haz clic en la pestaña "Obtener Datos" y elige la opción adecuada para conectar con la fuente de datos, que en este caso sería el archivo de Excel o las bases de datos de Power Pivot creadas anteriormente.
- Configura la conexión y selecciona las tablas o consultas que deseas utilizar en el informe.
- Utiliza las herramientas de modelado de Power BI para crear relaciones entre las tablas y definir medidas y cálculos personalizados según las métricas que deseas visualizar.
- Arrastra y suelta visualizaciones desde el panel de visualizaciones en el área de informe para diseñar tus métricas. Puedes utilizar gráficos de barras, gráficos de líneas, tablas, tarjetas, entre otros, para representar los datos de manera efectiva.
- Personaliza las visualizaciones utilizando las opciones disponibles en la pestaña "Formato" para ajustar colores, fuentes, títulos y otros aspectos visuales.
- Agrega interactividad a tu informe utilizando filtros, segmentaciones y otras características de interacción disponibles en Power BI.
- Guarda y comparte tu informe de Power BI con los usuarios relevantes para que puedan acceder a las métricas y visualizaciones.

## **Procedimiento 3: Procedimiento Estándar de Actualización Semanal del Tablero de Power BI**

- Actualizar datos en Power Pivot: Asegurar la actualización de las tablas base (donantes y transacciones) en Power Pivot según la periodicidad definida(Semanal).
- Guardar y actualizar el modelo de datos en Power Pivot: Guardar los cambios realizados en las tablas y proceder a la actualización del modelo de datos en Power Pivot.



- Abrir el archivo de Power BI: Acceder al archivo de Power BI correspondiente al tablero de visualización.
- Actualizar el tablero en Power BI: Actualizar los datos del modelo en Power BI para reflejar la información más reciente proveniente de Power Pivot.
- Revisar el tablero y guardar cambios: Verificar que el tablero se haya actualizado correctamente y guardar los cambios realizados en Power BI.
- Programar actualizaciones (opcional): Configurar la programación automática de actualizaciones en Power BI para realizar este proceso semanalmente.
- Documentar y realizar seguimiento: Registrar las actualizaciones realizadas, incluyendo fechas, modificaciones, problemas identificados y acciones tomadas para solucionarlos, en el “Documento de MS Excel de control de cambios”.

## Estándares de Presentación de Informes

En el marco de nuestra identidad de marca, los elementos visuales desempeñan un papel fundamental en nuestra comunicación efectiva. Estos elementos no solo brindan coherencia, sino que también nos permiten ajustarnos para conectarnos con audiencias específicas, manteniendo al mismo tiempo el reconocimiento de nuestra marca.

Dentro de esta sección, encontrará inspiración, ideas y principios rectores que definen cada uno de estos elementos. Estas directrices están diseñadas para ayudar a transmitir la esencia de nuestra marca a través de todas las comunicaciones y medios visuales, incluyendo las visualizaciones desarrolladas en herramientas como Power BI. El objetivo es garantizar una presentación visual consistente y alineada con la identidad de WWF Colombia en todos nuestros reportes y tableros de datos.

### *Manejo del Logotipo de WWF Colombia en Tableros de visualización*

Los elementos de Símbolo, Logotipo y Ventana son componentes indivisibles y no deben ser modificados. Se reproducirán exclusivamente en blanco y negro, con el Símbolo siempre presentado en Negro sobre Blanco. No se permitirá el uso de ningún otro color, variación de tonalidad o cambio en su disposición.

El espacio mínimo permitido alrededor de nuestro logotipo debe medirse por la altura o ancho de la letra mayúscula "W" en nuestras siglas WWF. Este mismo espacio se utiliza como la distancia mínima a la que se debe colocar el logotipo desde los bordes de un

documento o pantalla. De igual forma el logo siempre debe ser visible en su totalidad y de preferencia debe situarse en la parte superior izquierda del tablero o informe.



La Marca Gráfica de WWF Colombia puede ir acompañada en ciertas ocasiones por un texto o título. Este texto puede ser incluido en todo tipo de informes, u otras publicaciones digitales. En el caso de utilizarse, el texto puede reproducirse únicamente en Blanco o Negro, dependiendo del color de fondo sobre el que se sitúe la Marca Gráfica.

Para preservar nuestra imagen de marca, es fundamental respetar las proporciones, colores y disposición que conforman la Marca Gráfica de WWF Colombia. A continuación, se detallan ejemplos de uso incorrecto:

- Cambio de la tipografía del Logotipo WWF.
- Alteraciones en la relación proporcional entre los elementos.
- Margen inapropiado en relación con la Ventana.
- Modificación de la forma incorrecta de las esquinas de la Ventana.
- Uso de colores incorrectos en alguno o la totalidad de los elementos.
- Inversión de los colores corporativos.

### *Fondos*

Permitimos el uso de cualquier tipo de imagen como fondo detrás del logotipo y visualizaciones siempre y cuando, pero siempre se debe considerar el mejor lugar para posicionarlo y que no desvíe la atención del objetivo principal del tablero.



### *El Sistema de Colores de WWF*

El sistema de colores de WWF toma su inspiración de los colores presentes en el mundo natural que nos rodea, contrastando y armonizando de diversas maneras. Este sistema está regido por un conjunto de reglas claras que debemos seguir para asegurarnos de que nuestro sistema de colores sea siempre considerado y efectivo.

La flexibilidad del sistema de colores nos permite crear paletas de colores personalizadas. Podemos elegir cuándo crear armonía, contraste, sutileza o alto impacto. Nuestras paletas pueden ser simples o bellamente complejas, pero deben ayudar a la comunicación o campaña para las que han sido creadas.

La rueda de colores de WWF muestra nuestros colores primarios y las opciones de nuestra paleta de colores secundarios.

Los colores primarios son la base de nuestra marca. Siempre se utilizan en nuestras comunicaciones en cierta medida; siempre comenzamos con blanco y negro. Los grises primarios siempre están disponibles para fondos y tonos tonales y se deben usar de manera mínima.

Nuestros colores secundarios deben combinarse y contrastarse en lugar de utilizarse todos juntos. Ofrecen un espectro de opciones para ser utilizadas de diversas formas en combinación con nuestros colores primarios de marca, el blanco y el negro.

Usos habituales: Colores cálidos, como rojo, naranja o amarillo, para alertas gráficas, tendencias o variaciones negativas en rojo, elementos usuales en azules y cambios o tendencias positivas en verdes.





Preferimos usar la combinación Análoga en nuestros tableros y visualizaciones, sin embargo, está permitido hacer variaciones a cualquier tipo de combinación (Complementaría, Tríada, Teátrica, Cuadrada) respetando las consideraciones mencionadas para cambios y tendencias.

### *Fuentes tipográficas*

Las fuentes y tipografías desempeñan un papel fundamental en la apariencia, sensación y expresión de nuestra marca.

Nuestra fuente de WWF es exclusiva de WWF. Ha sido diseñada específicamente para nosotros. Funciona igual de bien creando titulares impactantes y llamativos como con encabezados jerárquicos de menor tamaño. Esta fuente distintiva, en negrita y condensada, nos ayuda a generar reconocimiento de marca y a transmitir una personalidad a través de su uso consistente.

Además, utilizamos Georgia y Open Sans para el cuerpo del texto y textos secundarios. Estas han sido seleccionadas por su contraste, claridad y disponibilidad a nivel mundial. En esta sección cubrimos cómo se utilizan todas nuestras fuentes y cómo combinarlas.

## **Regulaciones y Normativas Relevantes**

En WWF Colombia, nos comprometemos a garantizar el cumplimiento de las regulaciones y normativas aplicables en materia de protección de datos personales y privacidad. A continuación, se detallan las regulaciones y normativas relevantes que deben tenerse en cuenta:

Constitución Política de Colombia (Artículo 15):

Según el artículo 15 de la Constitución Política de Colombia, todas las personas tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar la información que se haya recogido sobre ellas en bases de datos.

Ley 1266 de 2008:

La Ley 1266 de 2008 regula el manejo de la información crediticia y establece los procedimientos para la consulta, reporte y actualización de la información financiera de los ciudadanos.



Ley Estatutaria 1581 de 2012 y Decreto Reglamentario 1377 de 2013:

La Ley Estatutaria 1581 de 2012 y su Decreto Reglamentario 1377 de 2013 establecen el régimen general de protección de datos personales en Colombia.

Estas normativas definen los principios, derechos y obligaciones que deben cumplir las entidades públicas y privadas al tratar datos personales, incluyendo la recolección, almacenamiento, uso, circulación y supresión de la información.

Destacamos el derecho del titular del dato a conocer, actualizar, rectificar y suprimir sus datos personales, así como a revocar la autorización para su tratamiento.

Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales (Superintendencia de Industria y Comercio):

La Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales, adscrita a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), es la entidad encargada de regular y supervisar el cumplimiento de las disposiciones en materia de protección de datos personales en Colombia.

WWF Colombia se compromete a acatar las disposiciones y regulaciones establecidas por esta entidad y a colaborar activamente en cualquier proceso de supervisión o auditoría.

Es fundamental recordar que estas regulaciones y normativas forman parte del marco legal colombiano en cuanto a la protección de datos personales. Además, WWF Colombia se compromete a cumplir con otras leyes y regulaciones aplicables a su actividad específica.

Es responsabilidad de todos los miembros de WWF Colombia, tanto empleados como colaboradores externos, cumplir con las políticas y procedimientos establecidos en este manual, así como con las regulaciones y normativas mencionadas anteriormente. La protección de los datos personales y la privacidad de los individuos es una prioridad para WWF Colombia, y tomaremos las medidas necesarias para garantizar el cumplimiento de estas regulaciones y normativas en todas nuestras actividades relacionadas con la gestión de datos.

## **Mecanismos de Evaluación y Mejora Continua**

Los mecanismos de evaluación y mejora continua son fundamentales para garantizar la calidad y coherencia de los datos en el área de Alianzas & Fundraising de WWF Colombia. A



continuación, se detallan los roles y las bases de datos involucrados, junto con los mecanismos propuestos:

Oficial de Marketing:

Responsabilidades:

- Proporcionar la visión estratégica y las metas del área de Alianzas & Fundraising en relación con la gestión de datos.
- Colaborar en la definición de los requisitos de datos necesarios para la toma de decisiones y el análisis de donaciones.
- Asegurar que se cumplan las políticas y regulaciones de privacidad y protección de datos en las actividades de marketing.
- Participar en la revisión y aprobación de los procesos y políticas relacionados con la gestión de datos.

Mecanismos propuestos:

- Realizar evaluaciones periódicas de los requisitos de datos y asegurarse de que estén alineados con las metas estratégicas del área.
- Revisar regularmente las políticas y regulaciones de privacidad y protección de datos para garantizar el cumplimiento y realizar mejoras si es necesario.
- Participar en la revisión y aprobación de los procesos y políticas relacionados con la gestión de datos, identificando áreas de mejora y proponiendo soluciones.

Analista de datos de PTESA

- Recolectar, analizar y validar los datos relacionados con las donaciones y los donantes.
- Realizar el procesamiento de datos, incluyendo la extracción, transformación y carga (ETL), para garantizar la calidad y coherencia de los datos.
- Desarrollar informes y análisis para respaldar la toma de decisiones en el área de Alianzas & Fundraising.
- Colaborar con el Oficial de Marketing y otros stakeholders en la identificación de oportunidades de mejora basadas en los datos.

Mecanismos propuestos:

- Establecer procedimientos de recolección de datos claros y definidos, asegurando la integridad y calidad de estos.



- Realizar procesos de validación y verificación regularmente para garantizar la precisión de los datos.
- Desarrollar informes y análisis periódicos que permitan evaluar el rendimiento y la efectividad de las estrategias de Alianzas & Fundraising.
- Colaborar con el Oficial de Marketing y otros stakeholders para identificar oportunidades de mejora basadas en los análisis de datos.
- 

## Bases de Datos

Bases de datos de proveedores de recaudos de pagos - Pasarelas de pago:

BD PayU, BD Mercado Pago y BD WOMPI:

Mecanismos propuestos:

Verificar regularmente la integridad y consistencia de los datos descargados de cada plataforma de pasarela de pago.

Realizar pruebas periódicas de importación y procesamiento de los datos descargados para asegurar la calidad de la extracción, transformación y carga (ETL).

Monitorear y evaluar los datos clave, como la información transaccional y los identificadores de los donantes, para detectar posibles errores o inconsistencias.

Implementar controles de privacidad y protección de datos para cumplir con las políticas y regulaciones correspondientes.

Base de Datos PTESA:

BD Donantes y BD Domiciliación:

### **Mecanismos propuestos de evaluación bases de datos:**

Descargar regularmente las bases de datos desde el módulo administrador de la plataforma PTESA y verificar la integridad de los archivos descargados.

Realizar procesos de limpieza y normalización de los datos descargados para asegurar la coherencia y calidad de la información demográfica y transaccional.

Realizar verificaciones periódicas de duplicados y actualizar los registros de donantes según sea necesario.



Evaluar la consistencia de los datos llave, como el correo electrónico y el número de identificación del donante, para garantizar la integridad de la información.

Implementar medidas de seguridad y confidencialidad para proteger los datos almacenados en la base de datos PTESA.

# Metadatos

Variable	Qué es	Tipo de formato	Longitud	Acepta vacíos	Se puede repetir	De donde se captura el dato	Es una variable binaria	Tiene Uso
Tipo de documento	Tipo de documento donante	Númerico	10	no	si	Formulario PTESA	no	si
numero de documento	Numero de documento donante	Númerico	10	no	no	Formulario PTESA	no	si
Id pagador	ID pagador donante en el sistema PTESA	Númerico	6	no	no	Sistema PTESA	no	si
Medio de pago	Medio de pago donante	Carácter	20	no	si	Formulario PTESA	no	si
Id domiciliación	ID domiciliación donante en el sistema PTESA	Numérico	9	no	no	Sistema PTESA	no	Si
Tipo de donación	Tipo de donación donante Recurrente o única vez	Carácter	10	no	si	Formulario PTESA	si	si
Frecuencia	Frecuencia del cobro: mensual	Carácter	10	no	si	Formulario PTESA	no	si
Programa donaciones	Campaña de origen del donante	Carácter	40	no	si	Formulario PTESA	no	si
Valor donación	Valor de la donación	Númerico	256	no	si	Formulario PTESA	no	si
Fecha inicio donación recurrente	Fecha primer pago	Númerico	10	no	si	Formulario PTESA	no	si
Fecha de próximo pago	Fecha de próximo pago periodo siguiente	Númerico	10	no	si	Formulario PTESA	no	si
Estado pagador	Pago exitoso	Carácter	256	no	si	Formulario PTESA	no	si
Estado domiciliación	Cobros activos o inactivos	Carácter	256	no	si	Formulario PTESA	no	si

Variable	Qué es	Tipo de formato	Longitud	Acepta vacíos	Se puede repetir	De donde se captura el dato	Es una variable binaria	Tiene Uso
id	Id único del sistema	Alpha numérico	20	no	no	LOG Web	no	no
created_at	fecha de creación	fecha	10	no	si	LOG Web	no	si
category	Categoría de la donación	Carácter	8	no	si	LOG Web	si	si



<b>type</b>	Categoría de la donación	Carácter	8	no	si	LOG Web	si	si
<b>provider</b>	Pasarela de pagos utilizada	Carácter	4	no	si	LOG Web	si	si
<b>status</b>	respuesta de TRX	Carácter	20 max	no	si	LOG Web	no	si
<b>value</b>	Valor de la donación	Númerico	ilimitado	no	si	LOG Web	no	si
<b>item</b>	Campaña	Carácter	10	si	si	LOG Web	no	si
<b>name</b>	Nombre del donante	Carácter	40	no	si	LOG Web	no	si
<b>last name</b>	Apellido del donante	Carácter	40	no	si	LOG Web	no	si
<b>email</b>	Correo del donante	Carácter	40	no	si	LOG Web	no	si
<b>phone</b>	Telefono del donante	Númerico	10	no	si	LOG Web	no	si
<b>document_type</b>	Tipo de documento	Númerico	10	no	si	LOG Web	no	si
<b>document_number</b>	Número de documento	Númerico	1	si	si	LOG Web	no	si
<b>birthday</b>	fecha de nacimiento	Númerico	10	si	si	LOG Web	no	si
<b>address</b>	Dirección donante	Alfa numérico	40	si	si	LOG Web	no	si
<b>deparment</b>	Departamento donante	Carácter	40	si	si	LOG Web	no	si
<b>city</b>	Ciudad donante	Carácter	40	si	si	LOG Web	no	si
<b>cert_name</b>	Nombre dedicatoria	Carácter	40	si	si	LOG Web	no	si
<b>cert_last_name</b>	Apellido dedicatoria	Carácter	40	si	si	LOG Web	no	si
<b>cert_email</b>	correo dedicatoria	Carácter	40	si	si	LOG Web	no	si
<b>cert_custom_message</b>	mensaje dedicatoria	Carácter	40	si	si	LOG Web	no	si

<b>TIPO IDENTIFICACION</b>	Tipo de documento	Númerico	10	no	si	Formulario PTESA	no	si
----------------------------	-------------------	----------	----	----	----	------------------	----	----



<b>NÚMERO IDENTIFICACIÓN</b>	ID donante	Númerico	10	no	no	Formulario PTESA	no	si
<b>NOMBRES</b>	Nombres Donante	Carácter	20	no	si	Formulario PTESA	no	si
<b>APELLIDOS</b>	Apellidos donante	Carácter	20	no	si	Formulario PTESA	no	si
<b>ESTADO</b>	Pago exitoso	Carácter	9 max	no	si	Formulario PTESA	no	si
<b>AGENCIA</b>	Agencia que enrola donante	Carácter	20	no	si	Formulario PTESA	no	si
<b>USUARIO QUIEN REGISTRA</b>	Agencia que enrola donante	Carácter	20	no	si	Formulario PTESA	no	si
<b>FECHA DE REGISTRO</b>	Fecha de registro del donante	Fecha	10	no	si	Formulario PTESA	no	si
<b>FECHA DE ACTIVACIÓN</b>	fecha de la primera donación exitosa	Fecha	10	si	si	Formulario PTESA	no	si
<b>FECHA DE NACIMIENTO</b>	fecha de nacimiento	Fecha	10	si	si	Formulario PTESA	no	si
<b>OCUPACIÓN</b>	OCUPACIÓN	Carácter	20	si	si	Formulario PTESA	no	si
<b>EMPRESA</b>	EMPRESA	Carácter	20	si	si	Formulario PTESA	no	si
<b>CARGO</b>	CARGO	Carácter	20	si	si	Formulario PTESA	no	si
<b>ESTADO CIVIL</b>	ESTADO CIVIL	Carácter	20	si	si	Formulario PTESA	no	si
<b>DIRECCIÓN</b>	Dirección donante	Alpha numéricos	20	si	si	Formulario PTESA	no	si
<b>CIUDAD</b>	Ciudad donante	Carácter	20	si	si	Formulario PTESA	no	si
<b>DEPARTAMENTO</b>	Departamento donante	Carácter	20	si	si	Formulario PTESA	no	si
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	Correo Electrónico donante	Carácter	20	si	si	Formulario PTESA	no	si
<b>TELÉFONO FIJO</b>	Teléfono Fijo donante	Númerico	20	si	si	Formulario PTESA	no	si
<b>TELÉFONO CELULAR</b>	Teléfono Celular donante	Númerico	10	si	si	Formulario PTESA	no	si
<b>AUTORIZA E-MAIL</b>	Autoriza E-Mail donante	Carácter	2	no	si	Formulario PTESA	si	si
<b>AUTORIZA SMS</b>	Autoriza Sms donante	Carácter	2	no	si	Formulario PTESA	si	si
<b>ID</b>	Id donante en el sistema	Númerico	0	no	si	Formulario PTESA	no	si
<b>ID DONANTE ORGANIZACIÓN</b>	Id Donante Organización donante	Númerico	6	no	no	Formulario PTESA	no	si



<b>CANAL REGISTRO</b>	Canal Registro donante	Carácter	20	no	si	Formulario PTESA	no	si
<b>FECHA AUTORIZA PTESA</b>	Fecha Autorizacipon email	Fecha	10	no	si	Formulario PTESA	no	si
<b>AUTORIZA PTESA</b>	Autoriza E-Mail donante	Carácter	2	no	si	Formulario PTESA	si	si
<b>FECHA AUTORIZACION FUNDACION</b>	FECHA AUTORIZACION FUNDACION SMS	Fecha	10	no	si	Formulario PTESA	no	si
<b>AUTORIZA FUNDACION</b>	Autoriza Sms donante	Carácter	2	no	si	Formulario PTESA	si	si

Variable	Qué es	Tipo de formato	Longitud	Acepta vacíos	Se puede repetir	De donde se captura el dato	Es una variable binaria	Tiene Uso
<b>Prueba</b>	Información interna del sistema que determina si se realizó una prueba con el dato	Carácter	1	no	si	Del sistema PayU	Si	No
<b>País</b>	Iniciales del país de origen de la transacción	Carácter	3	no	si	Del sistema PayU	no	Si
<b>Id Orden</b>	identificación de la transacción interna	Númerico	12 max	no	no	Del sistema PayU	no	No



	del sistema							
<b>Id</b>	identificación de la transacción interna del sistema	Alfa numéricos	40 max	no	no	Del sistema PayU	no	no
<b>Fecha de creación</b>	Fecha de creación de la transacción	Fecha	25 max	no	Si	Del sistema PayU	no	Si
<b>Fecha última actualización</b>	Fecha en la que se acredita el pago	Fecha	25 max	no	Si	Del sistema PayU	no	Si
<b>Id Comercio</b>	ID del comercio en la plataforma	Númeroico	6	no	si	Del sistema PayU	no	No
<b>Id Cuenta</b>	ID del comercio en la plataforma	Númeroico	6	no	si	Del sistema PayU	no	No
<b>Referencia</b>	ID del comercio en la plataforma	Alfa numéricos	80 max	no	no	Del sistema PayU	no	No
<b>Descripción</b>	Producto al cual está donando la persona	Alfa numéricos	100 max	no	Si	Del formualrio en la pag web	no	Si



<b>Tipo de transacción</b>	Describe el tipo de transacción que se está realizando	Carácter	30 max	no	Si	Del sistema PayU	no	si
<b>Estado</b>	Muestra el resultado de la transacción	Carácter	10 max	no	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Código de respuesta</b>	Muestra el resultado de la transacción con más detalle	Carácter	10 max	no	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Código de respuesta banco</b>	Código interno del banco emisor	Alfa numéricos	10 max	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Mensaje de respuesta de error</b>	Código interno del banco emisor	Alfa numéricos	10 max	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Medio de pago</b>	Tipo de pago utilizado	Carácter	30 max	no	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Código de autorización</b>	Código interno del banco emisor	Númerico	10 max	si	no	Del sistema PayU	no	no
<b>Modelo de pagos</b>	Tipo de modelo de pagos utilizado por la	Carácter	20 max	no	si	Del sistema PayU	no	no



	organizaci ón							
<b>Origen de la transacción</b>	identifica el origen de la TRX y el tipo de donación	Carácter	20 max	no	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Modelo de acreditación</b>	Tipo de modelo de pagos utilizado por la organización	Carácter	20 max	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Días para depósito</b>	Tiempo acordado con la pasarela para acreditar el pago	Númerico	1	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>BIN Banco</b>	Nombre del banco emisor	Carácter	20 max	si	si	Del sistema PayU	no	si
<b>País BIN ISO</b>	Iniciales del país de origen de la transacción	Carácter	3	no	si	Del sistema PayU	no	Si
<b>Número visible</b>	caracteres visibles del numero de tarjeta de crédito usada para el pago	Alpha numéricos	16	no	si	Del sistema PayU	no	si



<b>Tipo tarjeta</b>	Tipo de tarjeta usada debito / credito	Carácter	6	si	si	Del sistema PayU	si	si
<b>Cuotas</b>	Numero cuotas a las que difiere el pago	Númerico	2	no	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Cuota abonada</b>	Cuantas cuotas se han abonado	Númerico	2	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Acción Id MAF</b>	identificación de la transacción interna del sistema	Númerico	3	si	no	Del sistema PayU	no	No
<b>Moneda transacción</b>	Tipo de moneda en la que se realizó la TRX	Carácter	3	no	si	Del sistema PayU	no	No
<b>Valor transacción</b>	Monto de la donación	Númerico	12	no	si	Del formualrio en la pag web	no	si
<b>IVA transacción</b>	Iva cobrado	Númerico	12	no	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Moneda procesamiento</b>	Tipo de moneda en la que se realizó la TRX	Carácter	3	no	si	Del sistema PayU	no	No



<b>Valor procesamiento</b>	Monto de la donación	Númerico	12	no	si	Del formualrio en la pag web	no	si
<b>Valor del envío</b>	Valor cobrado por envíos	Númerico	12	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Valor de cuota</b>	Monto de la donación	Númerico	12	no	si	Del formualrio en la pag web	no	no
<b>Documento del comprador</b>	Id del comprador	Númerico	12	si	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Nombre en Tarjeta de crédito</b>	Nombre del donante	Carácter	Sin limite	si	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Tarjeta documento de identificación</b>	Id del comprador	Númerico	12	si	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Email del comprador</b>	Correo electronico	Carácter	Sin limite	no	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Email del pagador</b>	Correo electronico	Carácter	Sin limite	no	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Teléfono pagador dir cobro</b>	Teléfono del donante	Númerico	12	si	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Teléfono contacto pagador</b>	Teléfono del donante	Númerico	12	si	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Valor interés comercio</b>	Interés cobrado por el comercio	Númerico	6	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Tasa de interés comercio</b>	Interés cobrado	Númerico	8	si	si	Del sistema PayU	no	no



	por el comercio							
<b>Dirección de facturación</b>	Dirección del donante	Alpha numéricos	30	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Ciudad de cobro</b>	Ciudad del donante	Carácter	30	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Dirección de envío</b>	Dirección del donante	Alpha numéricos	30	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Ciudad de envío</b>	Ciudad del donante	Carácter	30	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Extra1</b>	Extensión de aplicaciones externas que usan la plataforma	Carácter	10	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Extra2</b>	Extensión de aplicaciones externas que usan la plataforma	Carácter	10	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Ciclo</b>	NO se sabe	Númerico	1	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Banco PSE</b>	Banco	Carácter	30	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Punto de pago</b>	Sucursal	Carácter	30	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Banco pago referenciado</b>	Banco	Carácter	30	si	si	Del sistema PayU	no	no
<b>Hash</b>	ID del comercio	Alpha numéricos	80 max	no	no	Del sistema PayU	no	No



	en la plataforma							
<b>Device session Id</b>	ID del comercio en la plataforma	Alpha numéricos	80 max	no	no	Del sistema PayU	no	No
<b>Dirección IP</b>	IP donde se genera la donación	Númerico	20	si	si	Del sistema PayU	no	No
<b>Código de trazabilidad</b>	ID del comercio en la plataforma	Númerico	80 max	si	no	Del sistema PayU	no	No
<b>Puntaje red general</b>	NO se sabe	Númerico	1	si	si	Del sistema PayU	no	No
<b>Nombre comprador</b>	Nombre del donante	Carácter	Sin limite	si	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Franquicia</b>	Franquicia Tarjeta	Carácter	15	no	si	Del sistema PayU	no	si
<b>Código PSE</b>	Codigo TRX transacción	Númerico	0	si	no	Del sistema PayU	no	no
<b>Identificador único red</b>	NO se sabe	Númerico	0	si	no	Del sistema PayU	no	no
<b>Identificador promoción</b>	ID promoción	Alpha numéricos	0	si	no	Del sistema PayU	no	no
<b>Extra3</b>	Identifica si es un cobro recurrente	Carácter	18	si	si	Del sistema PayU	no	no



	suscripción							
<b>Valor cobrado</b>	Monto de la donación	Númerico	12	no	si	Del formualrio en la pag web	no	si
<b>Tarifa administrativa</b>	NO se sabe	Númerico	4	no	si	Del formualrio en la pag web	no	si
<b>Valor adicional</b>	NO se sabe	Númerico	4	no	si	Del formualrio en la pag web	no	si
<b>Valor base devolucioniva</b>	NO se sabe	Númerico	12	no	si	Del formualrio en la pag web	no	si



# MANUAL DE GOBIERNO DE DATOS

## PROGRAMA DE DONANTE INDIVIDUAL WWF COLOMBIA

Versión 1

Noviembre 2023



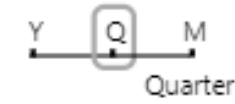
En caso de encontrar este documento impreso no se garantiza su vigencia

# Anexo: Captura pantalla Dashboard



## ANÁLISIS PROGRAMA DONANTE INDIVIDUAL

Fecha TRX



Q3 2022 - Q4 2023

2022  
Q3

Q4

2023  
Q1

Q2

Q3

Q4



### Donantes Activos

Variación mes pasado

2.185

Mes pasado: 1.991 (+9.74%)

### Recaudo

Variación mes pasado

\$108

### Ticket Promedio

Variación mes pasado

49.464

Mes pasado: 45.798 (+8.01%)

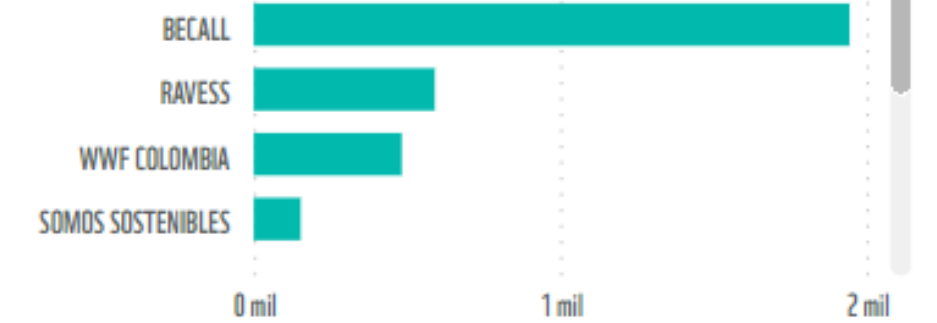
### Variación Donantes

Variación mes pasado

194

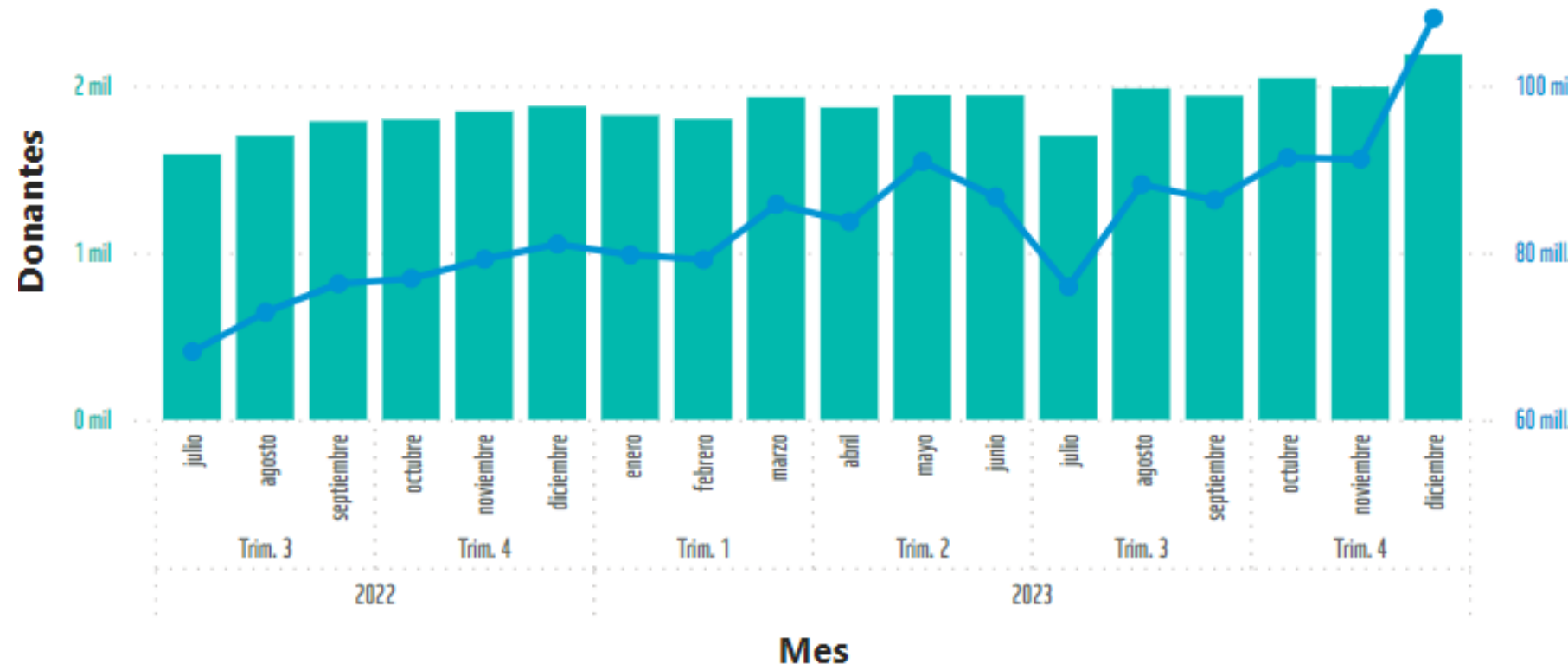
### Donantes Activos por AGENCIA

AGENCIA

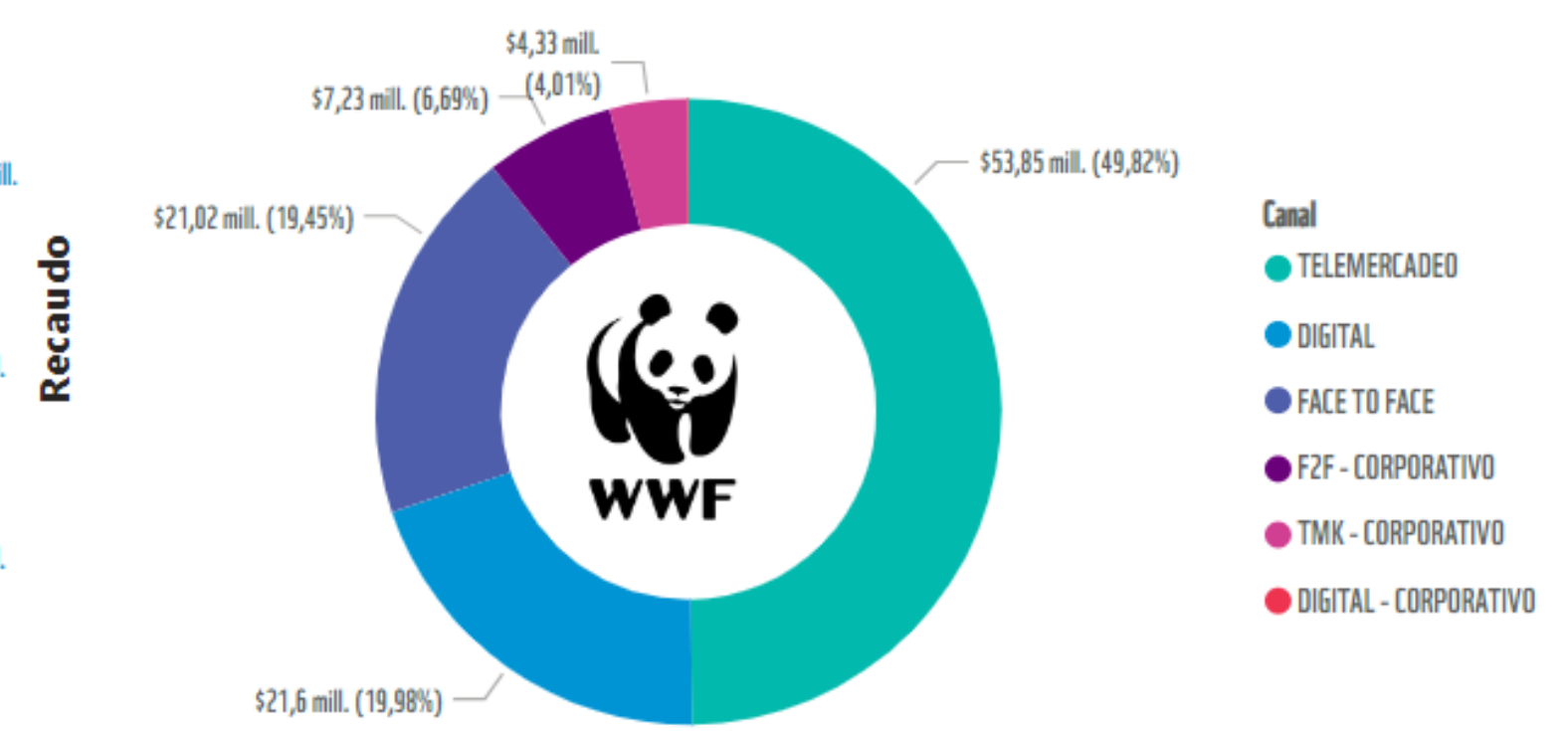


### Donantes y Recaudo por Año, Trimestre y Mes

Donantes Recaudo



### Recaudo por Canal





**DONANTE  
INDIVIDUAL**

NOMBRE, NÚMERO IDENTIFICACIÓN

DANIEL RIVAS CAMARGO

**Ticket Promedio**

Variación mes pasado

**70.000** ✓

Mes pasado: 35.000 (+100 %)

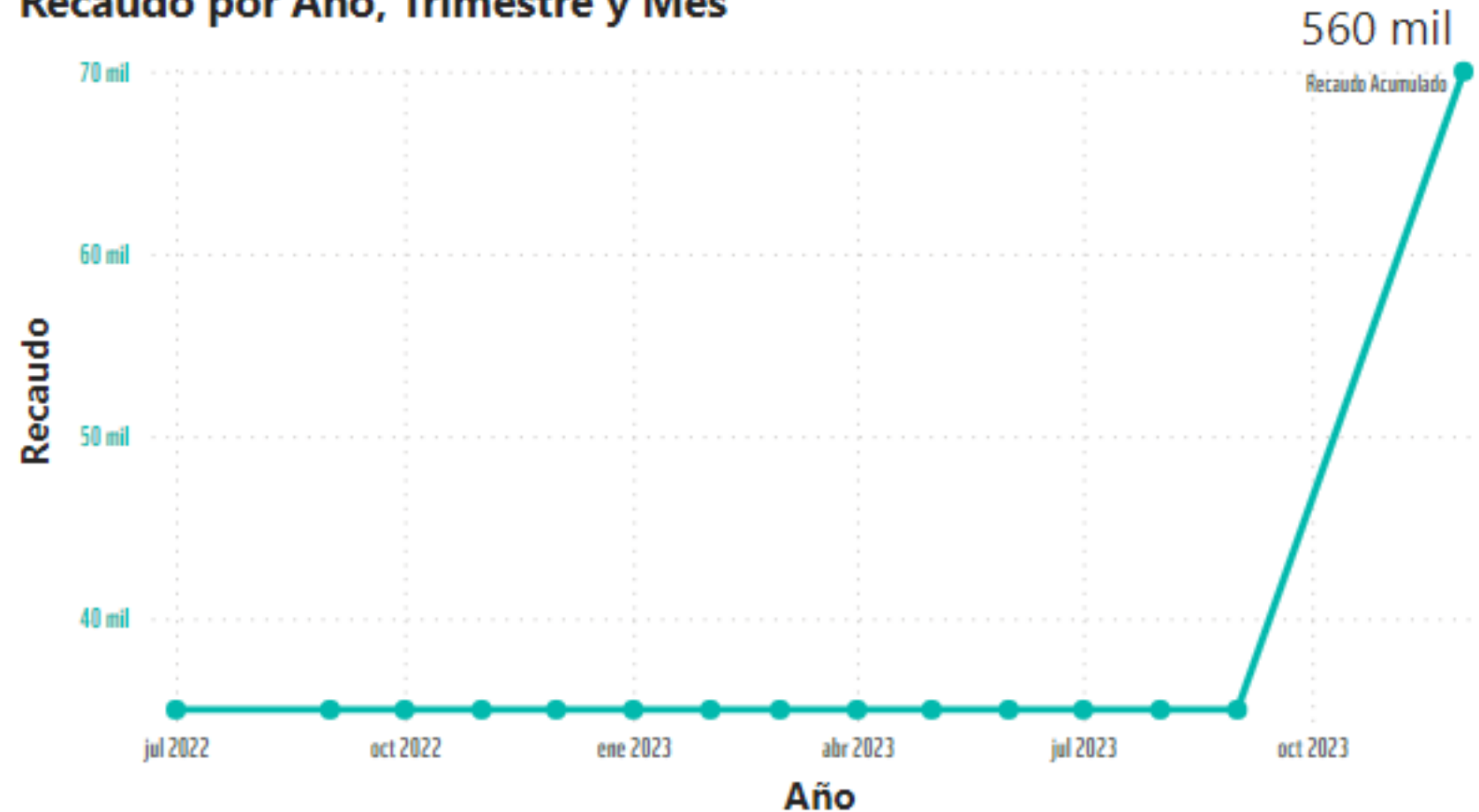
**Life Time**

**18**

**Life Time Value Esperado**

**\$630.000**

**Recaudo por Año, Trimestre y Mes**



**DANIEL RIVAS CAMARGO**

Nombre

**F2F - Calle**

Campaña

**SOMOS SOSTENIBLES**

Agencia

**ACTIVA**

Estado domiciliación

Fecha de Registro

**9/09/2019**

Fecha De Activación

**17/09/2019**