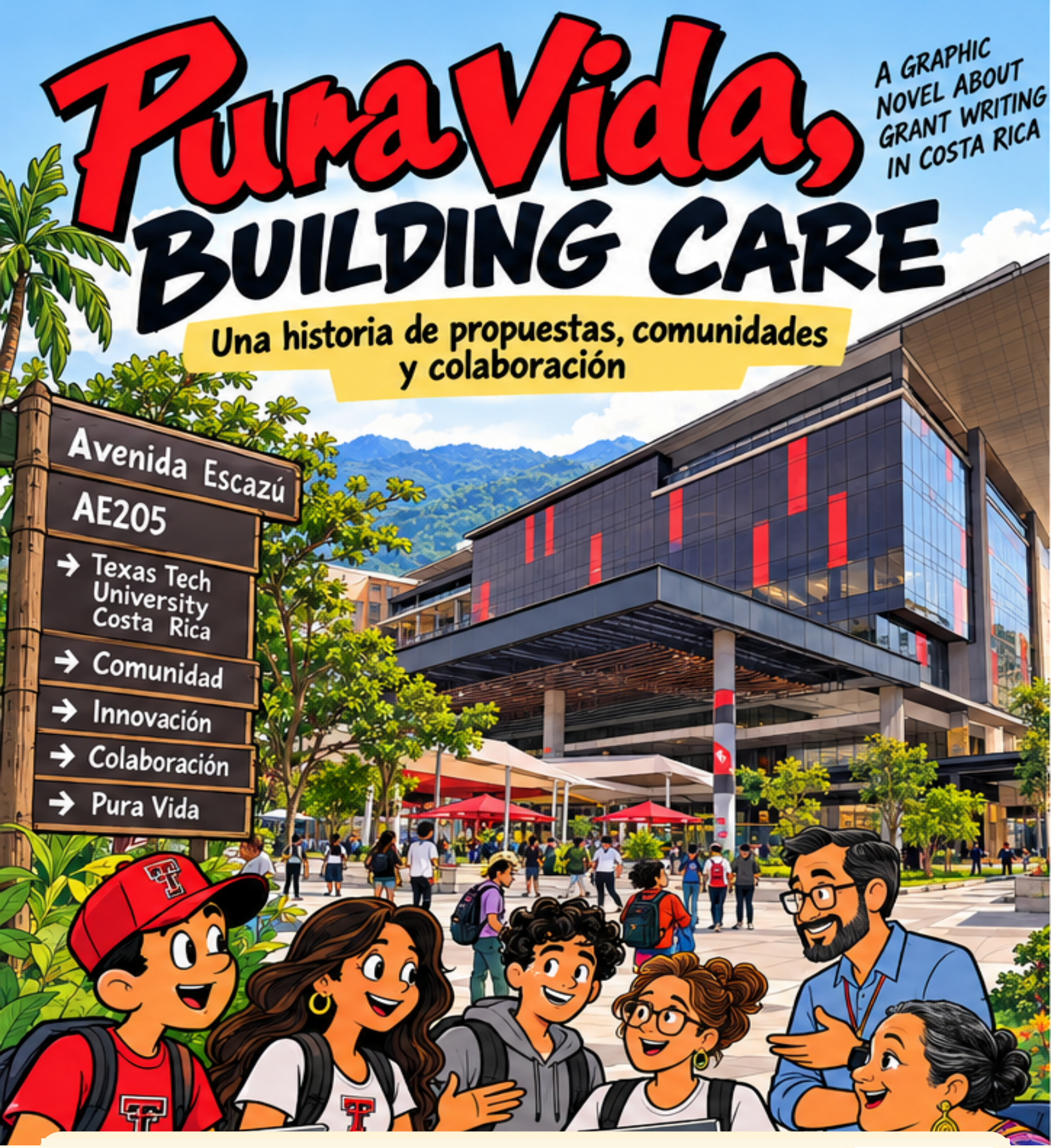
Pura Vida, Building Care

A GRAPHIC NOVEL ABOUT GRANT WRITING IN COSTA RICA

Una historia de propuestas, comunidades y colaboración



David Ornelas | Rich Rice
Ronald B. Cole | Lauren N. Maher

Inspired by *Writing Grants, Building Care*

https://grantwriting.solutions

Escazú · San José · Costa Rica

Digital edition · 2026

WELCOME TO COSTA RICA!
¡BIENVENIDOS A COSTA RICA!



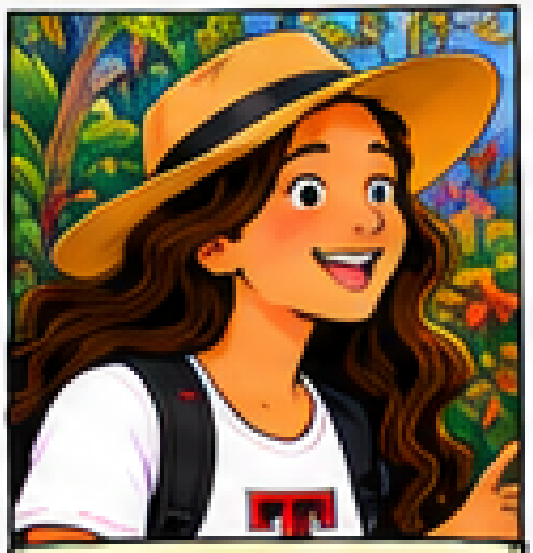
We're here to learn how grant writing can help turn care into action.

Estamos aquí para aprender cómo la redacción de subvenciones puede ayudar a convertir el cuidado en acción.

This story is inspired by the textbook *Writing Grants, Building Care: A Community-Centered Approach.*

Esta historia está inspirada en el libro de texto Writing Grants, Building Care: A Community-Centered Approach.

MEET OUR TEAM
CONOZCAN A NUESTRO EQUIPO



Valeria

Loves community storytelling and listening.

Le apasiona contar historias de la comunidad y saber escuchar.



Mateo

Brings energy and persistence.

Aporta energía y perseverancia.



Sofia

Sees strengths in every community.

Ve las fortalezas en cada comunidad.



Dr. Rivera

Connects ideas, people, and posoibilities.

Conecta ideas, personas y posibilidades.



Don Carlos

Shares local wisdom and experience.

Comparte la sabiduría y la experiencia local.



Bongo

Keeps us grounded.

Nos mantiene con los pies en la tierra.

OUR JOURNEY

NUESTRO VIAJE



CHAPTER 1
CAPÍTULO 1

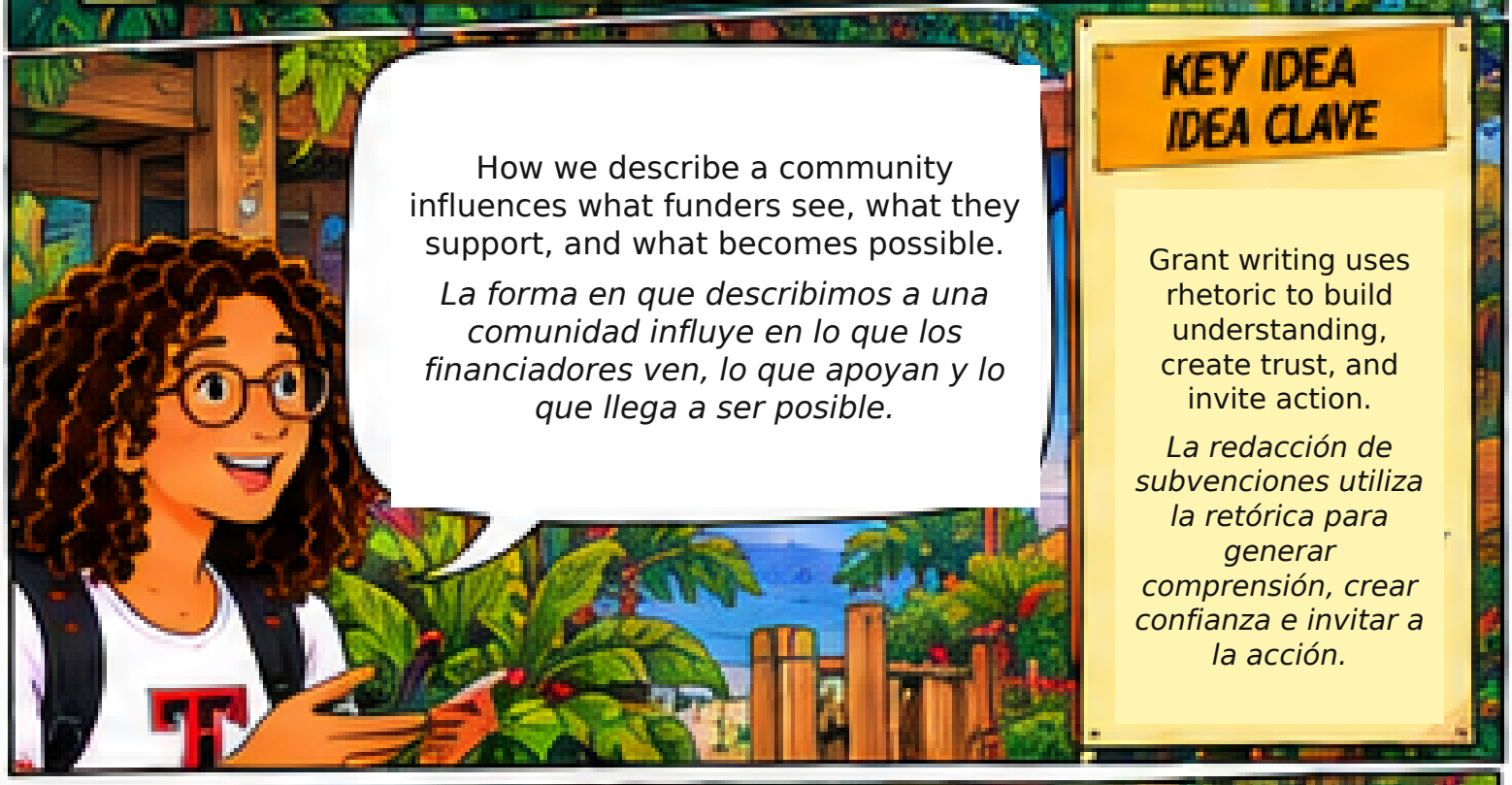
GRANT WRITING IS RHETORICAL
LA REDACCIÓN DE SUBVENCIONES ES RETÓRICA



GRANTS ARE COMMUNICATION
LAS SUBVENCIONES SON COMUNICACIÓN



RHETORIC SHAPES ACTION
LA RETÓRICA DA FORMA A LA ACCIÓN



KEY IDEA
IDEA CLAVE

Grant writing uses rhetoric to build understanding, create trust, and invite action.

La redacción de subvenciones utiliza la retórica para generar comprensión, crear confianza e invitar a la acción.



IN THIS CHAPTER
EN ESTE CAPÍTULO

1.1 **What grant writing is—and isn't**
Qué es—y qué no es—la redacción de subvenciones

1.2 **Why rhetoric matters**
Por qué la retórica es importante

1.3 **How language shapes possibilities**
Cómo el lenguaje da forma a las posibilidades

1.4 **A Costa Rican example**
Un ejemplo de Costa Rica

1.5 **Discussion questions**
Preguntas para la discusión

Grant writing helps us imagine and build a more just, caring world—together.

La redacción de subvenciones nos ayuda a imaginar y construir un mundo más justo y solidario, juntos.

CHAPTER 1
CAPÍTULO 1

WHY RHETORIC MATTERS
POR QUÉ LA RETÓRICA IMPORTA



REAL-WORLD EXAMPLE
UN EJEMPLO REAL

A local nonprofit in Costa Rica wrote a grant to expand a community garden. They told a story about existing strengths, community leadership, and long-term impact.

Una organización local en Costa Rica escribió una subvención para ampliar un huerto comunitario. Contaron una historia sobre las fortalezas existentes, el liderazgo comunitario y el impacto a largo plazo.



The grant highlighted what the community already had—land, knowledge, and people.

La subvención destacó lo que la comunidad ya tenía: tierra, conocimiento y personas.



It connected these strengths to clear goals and outcomes.

Conectó estas fortalezas con metas y resultados claros.



The result? More food, stronger relationships, and new opportunities.

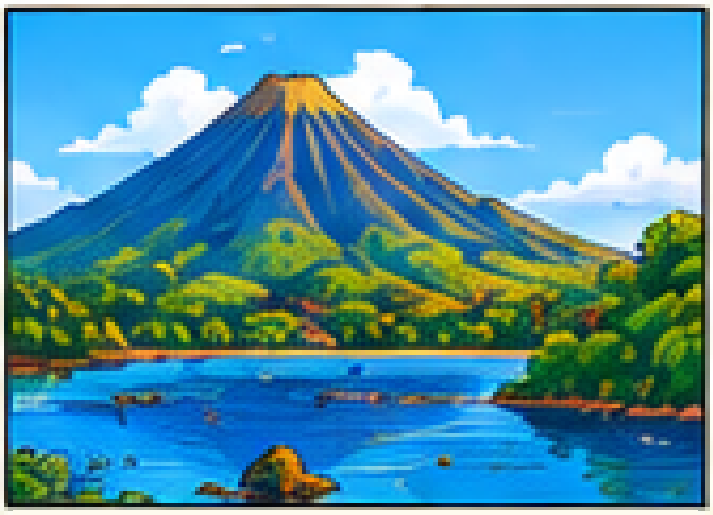
¿El resultado? Más alimentos, relaciones más fuertes y nuevas oportunidades.

KEY TAKEAWAYS
IDEAS CLAVE



Grant writing is rhetorical. It helps us communicate values, build credibility, and inspire action.

La redacción de subvenciones es retórica. Nos ayuda a comunicar valores, generar credibilidad y motivar la acción.



Good proposals connect community strengths to real opportunities.

Las buenas propuestas conectan las fortalezas de la comunidad con oportunidades reales.



Language shapes relationships and possibilities.

El lenguaje da forma a las relaciones y a las posibilidades.



When we write with care, we can help create a more just and sustainable world.

Cuando escribimos con cuidado, podemos ayudar a crear un mundo más justo y sostenible.

CHAPTER 2
CAPÍTULO 2

FUNDERS ARE AUDIENCES, NOT RULEBOOKS
LOS FINANCIADORES SON AUDIENCIAS, NO LIBROS DE REGLAS

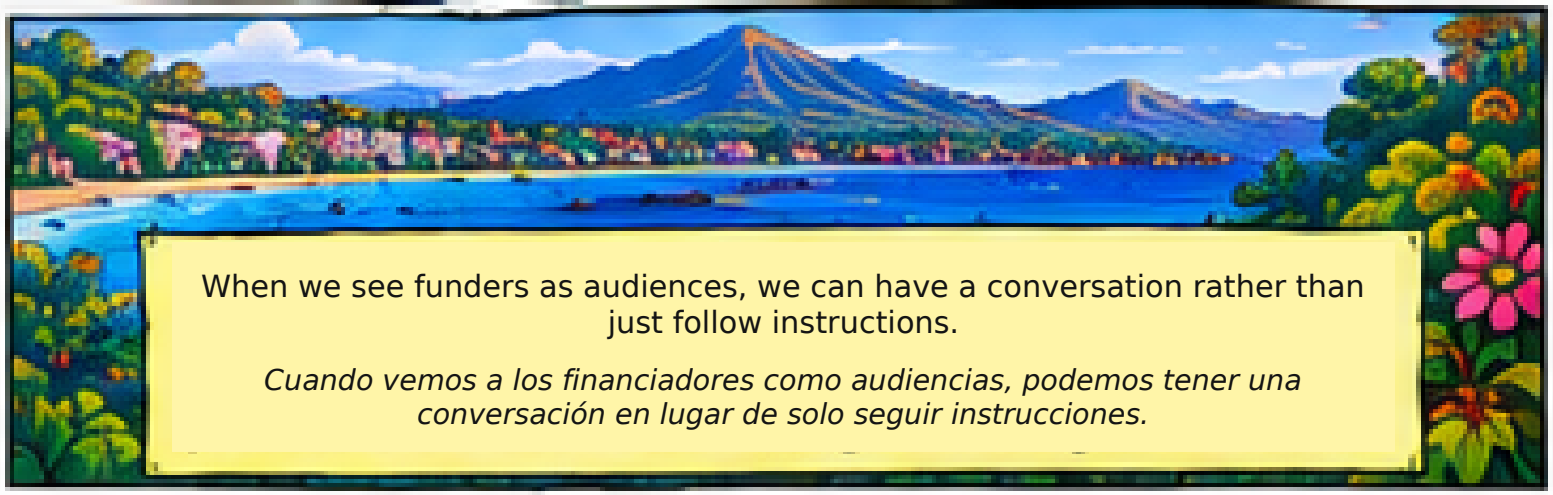
Funders are people—with missions, values, and goals. They are audiences, not rulebooks.

Los financiadores son personas—con misiones, valores y metas. Son audiencias, no libros de reglas.

Our job is to understand their perspective and show how our work aligns with their goals.

Nuestro trabajo es comprender su perspectiva y mostrar cómo nuestro trabajo se alinea con sus metas.

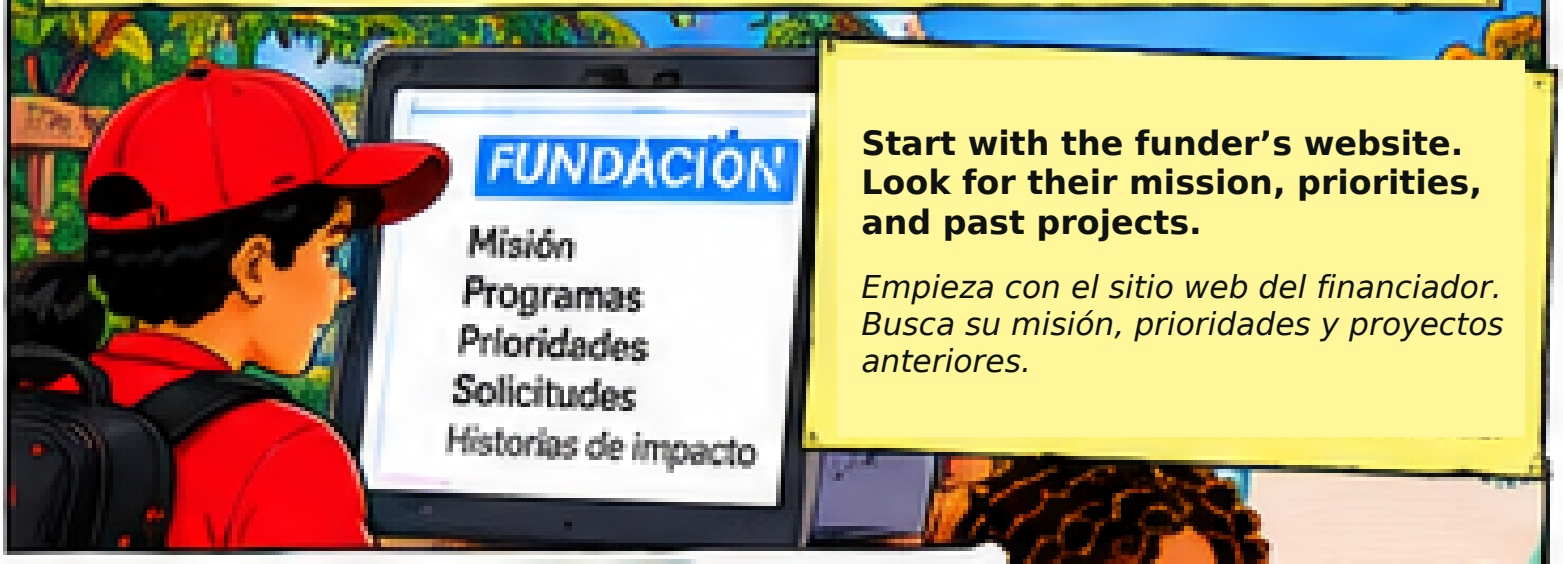




When we see funders as audiences, we can have a conversation rather than just follow instructions.

Cuando vemos a los financiadores como audiencias, podemos tener una conversación en lugar de solo seguir instrucciones.

UNDERSTAND THEIR MISSION
COMPRENDE SU MISIÓN



Start with the funder's website. Look for their mission, priorities, and past projects.

Empieza con el sitio web del financiador. Busca su misión, prioridades y proyectos anteriores.

Ask: What do they care about? What problems do they want to address? What kinds of communities do they support?

Pregunta: ¿Qué les importa? ¿Qué problemas quieren abordar? ¿Qué tipos de comunidades apoyan?



Use this information to shape your proposal so it resonates with their values and goals.

Usa esta información para dar forma a tu propuesta de modo que resuene con sus valores y metas.

SAME PROJECT, DIFFERENT AUDIENCES
EL MISMO PROYECTO, DIFERENTES AUDIENCIAS

ENVIRONMENTAL FUNDER
FINANCIADOR AMBIENTAL

Focus on conservation, sustainability, and ecological impact.

Enfócate en la conservación, sostenibilidad e impacto ecológico.



COMMUNITY FOUNDATION
FUNDACIÓN COMUNITARIA

Emphasize local leadership, community benefits, and long-term stability.

Destaca el liderazgo local, los beneficios comunitarios y la estabilidad a largo plazo.



EDUCATION FUNDER
FINANCIADOR EDUCATIVO

Highlight learning opportunities, youth development, and skills building.

Resalta las oportunidades de aprendizaje, el desarrollo de jóvenes y la formación de habilidades.



The same project can be framed in different ways depending on the funder's interests and mission.

El mismo proyecto puede presentarse de diferentes maneras dependiendo de los intereses y la misión del financiador.

LISTEN, DON'T JUST WRITE
ESCUCHA, NO SOLO ESCRIBAS



When possible, talk with program officers or attend information sessions.

Cuando sea posible, conversa con los oficiales de programa o asiste a sesiones informativas.



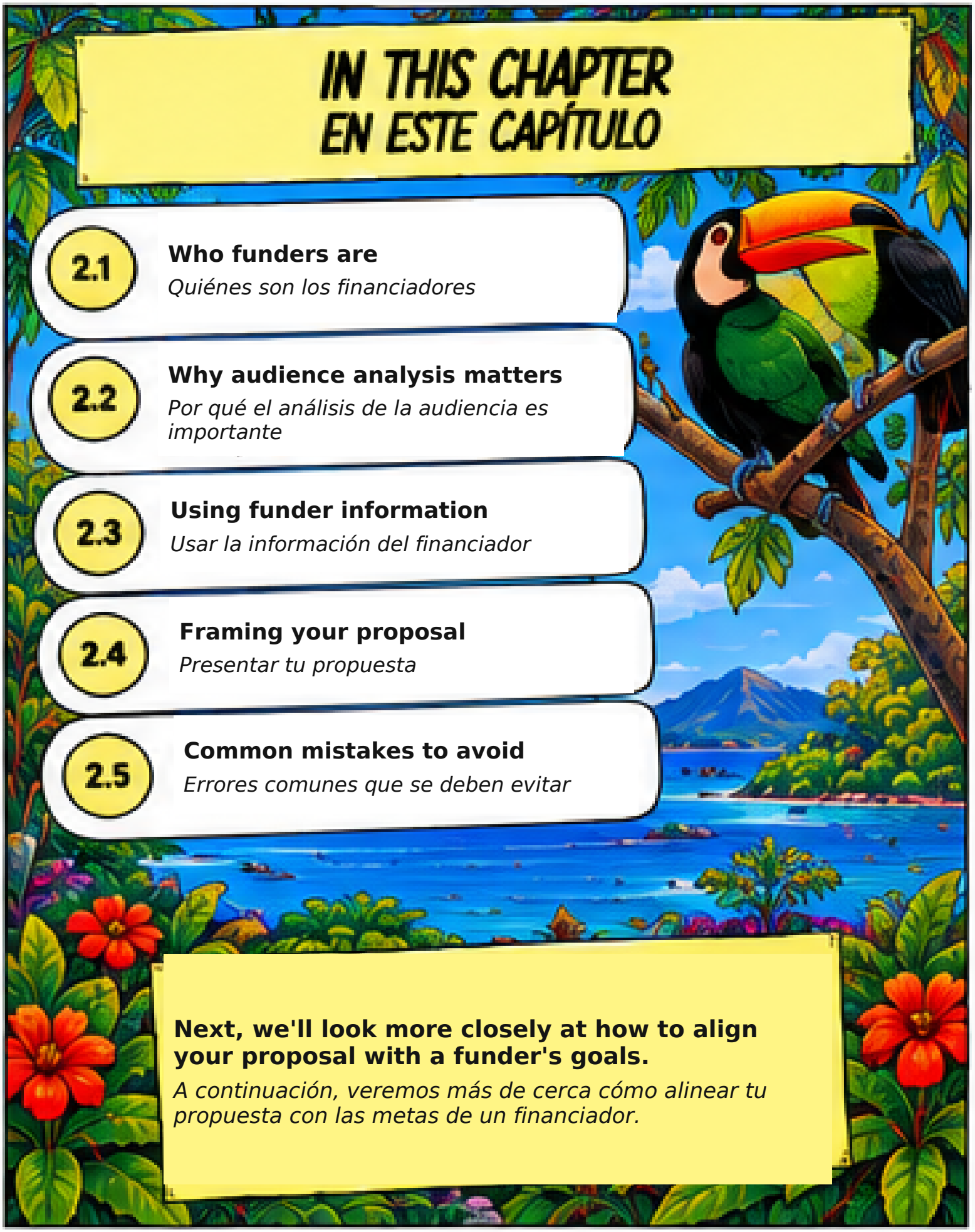
Ask questions and listen carefully. You can learn a lot about what they value.

Haz preguntas y escucha con atención. Puedes aprender mucho sobre lo que valoran.

Funders appreciate applicants who take the time to understand their mission and who communicate clearly, honestly, and thoughtfully.

Los financiadores aprecian a los solicitantes que se toman el tiempo para comprender su misión y que se comunican de manera clara, honesta y reflexiva.

IN THIS CHAPTER
EN ESTE CAPÍTULO



2.1 **Who funders are**
Quiénes son los financiadores

2.2 **Why audience analysis matters**
Por qué el análisis de la audiencia es importante

2.3 **Using funder information**
Usar la información del financiador

2.4 **Framing your proposal**
Presentar tu propuesta

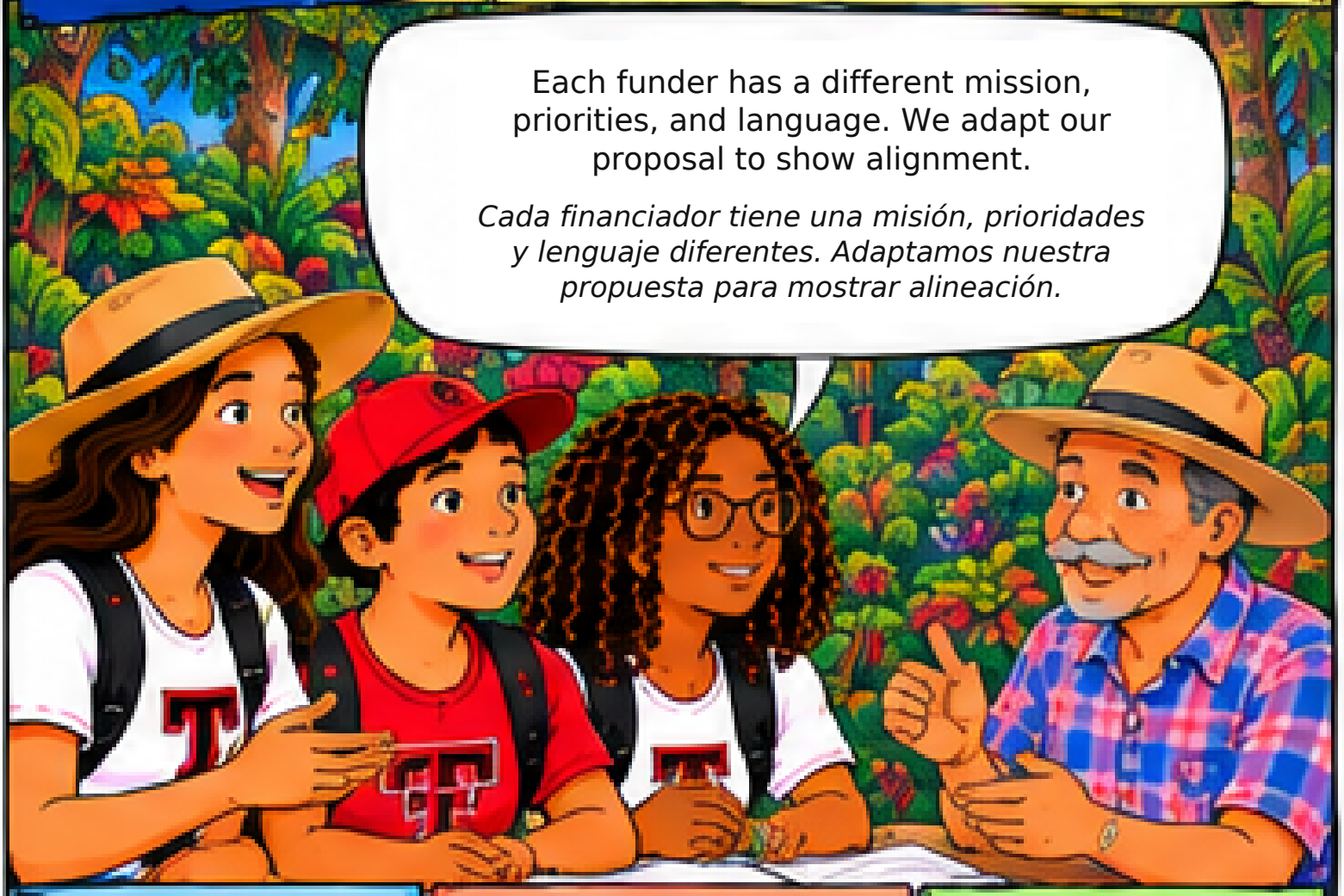
2.5 **Common mistakes to avoid**
Errores comunes que se deben evitar

Next, we'll look more closely at how to align your proposal with a funder's goals.

A continuación, veremos más de cerca cómo alinear tu propuesta con las metas de un financiador.

CHAPTER 2
CAPÍTULO 2

ADAPTING TO DIFFERENT FUNDERS
ADAPTARSE A DIFERENTES FINANCIADORES



GOVERNMENT
GOBIERNO

- Public impact
- Measurable outcomes
- Compliance
- *Impacto público*
- *Resultados medibles*
- *Cumplimiento*

FOUNDATION
FUNDACIÓN

- Mission alignment
- Community benefit
- Long-term change
- *Alineación con la misión*
- *Beneficio comunitario*
- *Cambio a largo plazo*

CORPORATE
EMPRESA

- Clear deliverables
- Innovation
- Visibility
- *Productos claros*
- *Innovación*
- *Visibilidad*

REAL-WORLD EXAMPLE: THREE VERSIONS
UN EJEMPLO REAL: TRES VERSIONES



The same project can be written differently for different audiences.

El mismo proyecto puede redactarse de manera diferente para distintas audiencias.

CITY GRANT

Community Garden Expansion

- Public health
- Access to fresh food
- Measurable outcomes
- Municipal goals

FOUNDATION GRANT

Community Garden Expansion

- Community leadership
- Youth engagement
- Sustainable food systems
- Long-term impact

CORPORATE GRANT

Community Garden Expansion

- Innovation in food access
- Employee volunteering
- Brand alignment
- Clear deliverables

The core idea stays the same. We adjust the language, emphasis, and evidence for each funder.

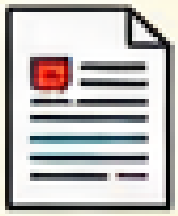
La idea central permanece igual. Ajustamos el lenguaje, el énfasis y la evidencia para cada financiador.

KEY TAKEAWAYS
IDEAS CLAVE



Know your audience.

Conozca su audiencia.



Align with their mission.

Alinee con su misión.



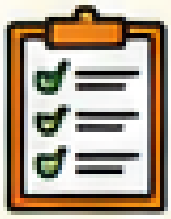
Use their language thoughtfully.

Use su lenguaje de manera cuidadosa.



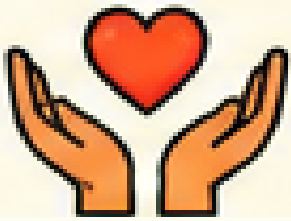
Show community benefit.

Demuestre el beneficio comunitario.



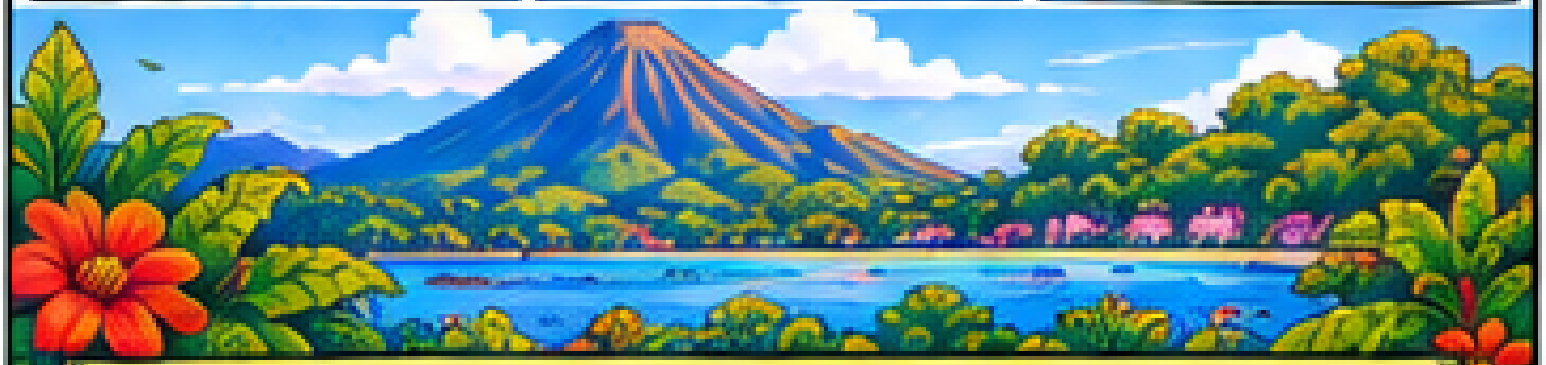
Provide clear evidence.

Proporcione evidencia clara.



Be specific and real.

Sea específico y auténtico.



When we understand our audience, we can share our story in ways that resonate and build support for lasting change.

Cuando entendemos a nuestra audiencia, podemos compartir nuestra historia de maneras que resuenen y generen apoyo para un cambio duradero.

CHAPTER 3
CAPÍTULO 3

STRENGTH-CENTERED NARRATIVES
NARRATIVAS CENTRADAS EN FORTALEZAS

Instead of focusing only on needs and problems, we highlight existing strengths, resources, and community leadership.

En lugar de centrarnos solo en las necesidades y problemas, destacamos las fortalezas existentes, los recursos y el liderazgo comunitario.



A strength-centered narrative shows what communities are already doing and how the grant will build on that.

Una narrativa centrada en fortalezas muestra lo que las comunidades ya están haciendo y cómo la subvención fortalecerá ese trabajo.

FROM DEFICIT TO STRENGTHS
DE UN ENFOQUE DE DÉFICIT A LAS FORTALEZAS

DEFICIT-BASED LANGUAGE
LENGUAJE DE DÉFICIT



- Focuses on what is missing
- Describes people as victims
- Emphasizes problems
- Can reinforce stereotypes

- *Se centra en lo que falta*
- *Describe a las personas como víctimas*
- *Enfatiza problemas*
- *Puede reforzar estereotipos*

STRENGTH-CENTERED LANGUAGE
LENGUAJE CENTRADO EN FORTALEZAS



- Highlights existing assets
- Recognizes community leadership
- Builds on proven work
- Shows people as partners

- *Destaca los recursos existentes*
- *Reconoce el liderazgo comunitario*
- *Se basa en el trabajo comprobado*
- *Muestra a las personas como socios*

Both challenges and strengths can be part of the story, but a strength-centered approach leads to more respectful, effective, and sustainable proposals.

Tanto los desafíos como las fortalezas pueden ser parte de la historia, pero un enfoque centrado en fortalezas conduce a propuestas más respetuosas, efectivas y sostenibles.

REAL-WORLD EXAMPLE: THE COMMUNITY GARDEN

UN EJEMPLO REAL: EL HUERTO COMUNITARIO



KEY STRATEGIES
ESTRATEGIAS CLAVE

LISTEN FIRST
ESCUCHE PRIMERO



Learn from community members and respect their knowledge.

Aprenda de los miembros de la comunidad y respete su conocimiento.

HIGHLIGHT EXISTING WORK
DESTAQUE EL TRABAJO EXISTENTE



Show what the community is already doing.

Muestre lo que la comunidad ya está haciendo.

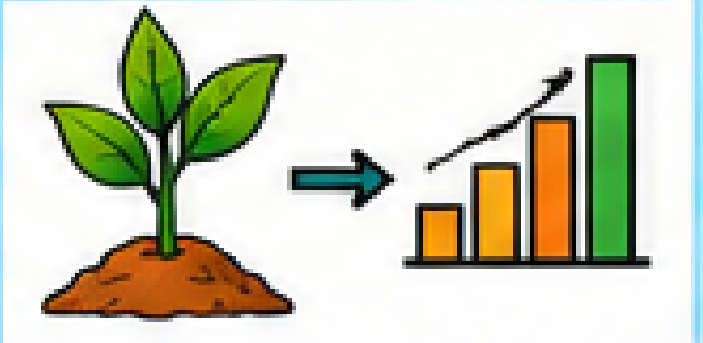
USE PERSON-CENTERED LANGUAGE
USE UN LENGUAJE CENTRADO EN PERSONAS



Describe people as active participants, not just recipients.

Describa a las personas como participantes activos, no solo como receptores.

CONNECT STRENGTHS TO GOALS
CONECTE FORTALEZAS CON METAS



Link community strengths to the goals and outcomes of the project.

Conecte las fortalezas de la comunidad con las metas y resultados del proyecto.

IN THIS CHAPTER
EN ESTE CAPÍTULO

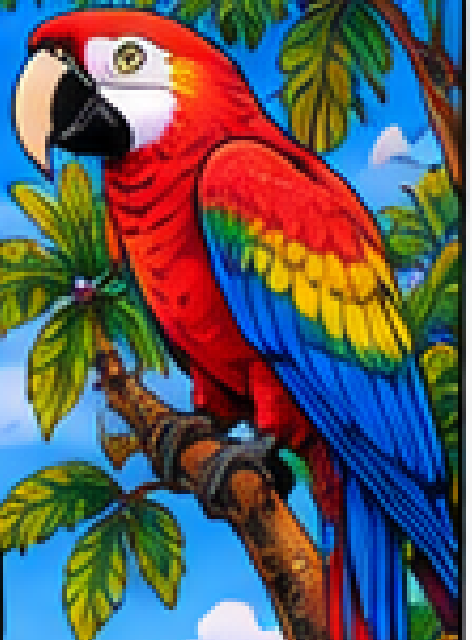
3.1 **What are strength-centered narratives?**
¿Qué son las narrativas centradas en fortalezas?

3.2 **Benefits for funders and communities**
Beneficios para financiadores y comunidades

3.3 **Practical strategies and examples**
Estrategias prácticas y ejemplos

3.4 **Common challenges**
Desafíos comunes

3.5 **Reflection and discussion**
Reflexión y discusión



When we tell stories of strength, we invite funders to be part of a shared future.

Cuando contamos historias de fortaleza, invitamos a los financiadores a ser parte de un futuro compartido.

IN PRACTICE
EN LA PRÁCTICA

STRENGTH-CENTERED NARRATIVES
NARRATIVAS CENTRADAS EN FORTALEZAS

When we highlight community strengths, we see people as partners with knowledge, skills, and leadership.

Cuando destacamos las fortalezas de la comunidad, vemos a las personas como socias con conocimientos, habilidades y liderazgo.



A strength-centered narrative shows what communities already do and how a grant can support and expand that work.

Una narrativa centrada en fortalezas muestra lo que la comunidad ya hace y cómo una subvención puede apoyar y ampliar ese trabajo.

EXAMPLE: TWO WAYS TO DESCRIBE THE SAME COMMUNITY

EJEMPLO: DOS MANERAS DE DESCRIBIR LA MISMA COMUNIDAD

DEFICIT-BASED
ENFOQUE DE DÉFICIT

The community lacks access to fresh food and has high rates of diet-related illness.

La comunidad carece de acceso a alimentos frescos y tiene altas tasas de enfermedades relacionadas con la dieta.



- **Focuses on what is missing**

  Se centra en lo que falta

- **Can create a narrative of need and dependence**

  Puede crear una narrativa de necesidad y dependencia

- **May overlook existing strengths**

  Puede pasar por alto las fortalezas existentes

STRENGTH-CENTERED
ENFOQUE EN FORTALEZAS

The community has a strong tradition of home gardening and local leadership. A grant will help expand their work.

La comunidad tiene una fuerte tradición de huertos caseros y liderazgo local. Una subvención ayudará a ampliar su trabajo.



- **Highlights existing assets**

  Destaca los recursos existentes

- **Shows community agency**

  Muestra la capacidad de acción de la comunidad

- **Invites partnership and growth**

  Invita a la colaboración y al crecimiento

COMMUNITY VOICES MATTER
LAS VOCES DE LA COMUNIDAD IMPORTAN



We have always grown food here. This project helps us share our knowledge with the next generation.

Siempre hemos cultivado alimentos aquí. Este proyecto nos ayuda a compartir nuestro conocimiento con la próxima generación.

The garden brings neighbors together and creates opportunities for young people.

El huerto une a los vecinos y crea oportunidades para los jóvenes.

KEY TAKEAWAYS
IDEAS CLAVE



Recognize and build on existing community strengths.

Reconoce y construye sobre las fortalezas existentes.



Include community perspectives and stories.

Incluye perspectivas e historias de la comunidad.



Use respectful and asset-based language.

Usa un lenguaje respetuoso y basado en fortalezas.



Show how the grant supports community-led solutions.

Muestra cómo la subvención apoya soluciones lideradas por la comunidad.

A strength-centered narrative builds dignity, partnership, and long-term relationships.

Una narrativa centrada en fortalezas construye dignidad, alianza y relaciones a largo plazo.

CHAPTER 4
CAPÍTULO 4

ALIGNMENT MATTERS MORE THAN YOU THINK
LA ALINEACIÓN IMPORTA MÁS DE LO QUE PIENSAS

A strong proposal aligns with the funder's mission, priorities, and values. It's not just about what we want to do, but how we connect with their goals.

Una propuesta sólida se alinea con la misión, las prioridades y los valores del financiador. No se trata solo de lo que queremos hacer, sino de cómo nos conectamos con sus metas.



Alignment shows that our project fits, builds trust, and increases the chances of success.

La alineación demuestra que nuestro proyecto encaja, construye confianza y aumenta las posibilidades de éxito.

UNDERSTAND THE FUNDER'S PRIORITIES
CONOCE LAS PRIORIDADES DEL FINANCIADOR

We read the funder's website, recent grants, and strategic plan to understand their priorities.

Leemos el sitio web del financiador, subvenciones recientes y su plan estratégico para comprender sus prioridades.



SOURCES TO REVIEW
FUENTES PARA REVISAR

Funder website
Sitio web del financiador

Mission and vision
Misión y visión

Funding guidelines
Guías de financiamiento

Past funded projects
Proyectos financiados anteriores

Annual reports
Informes anuales

The more we understand the funder, the better we can align our project and show how it supports their goals.

Mientras mejor entendamos al financiador, mejor podremos alinear nuestro proyecto y demostrar cómo apoya sus metas.

EXAMPLE: ALIGNING OUR PROJECT
EJEMPLO: ALINEANDO NUESTRO PROJECTO

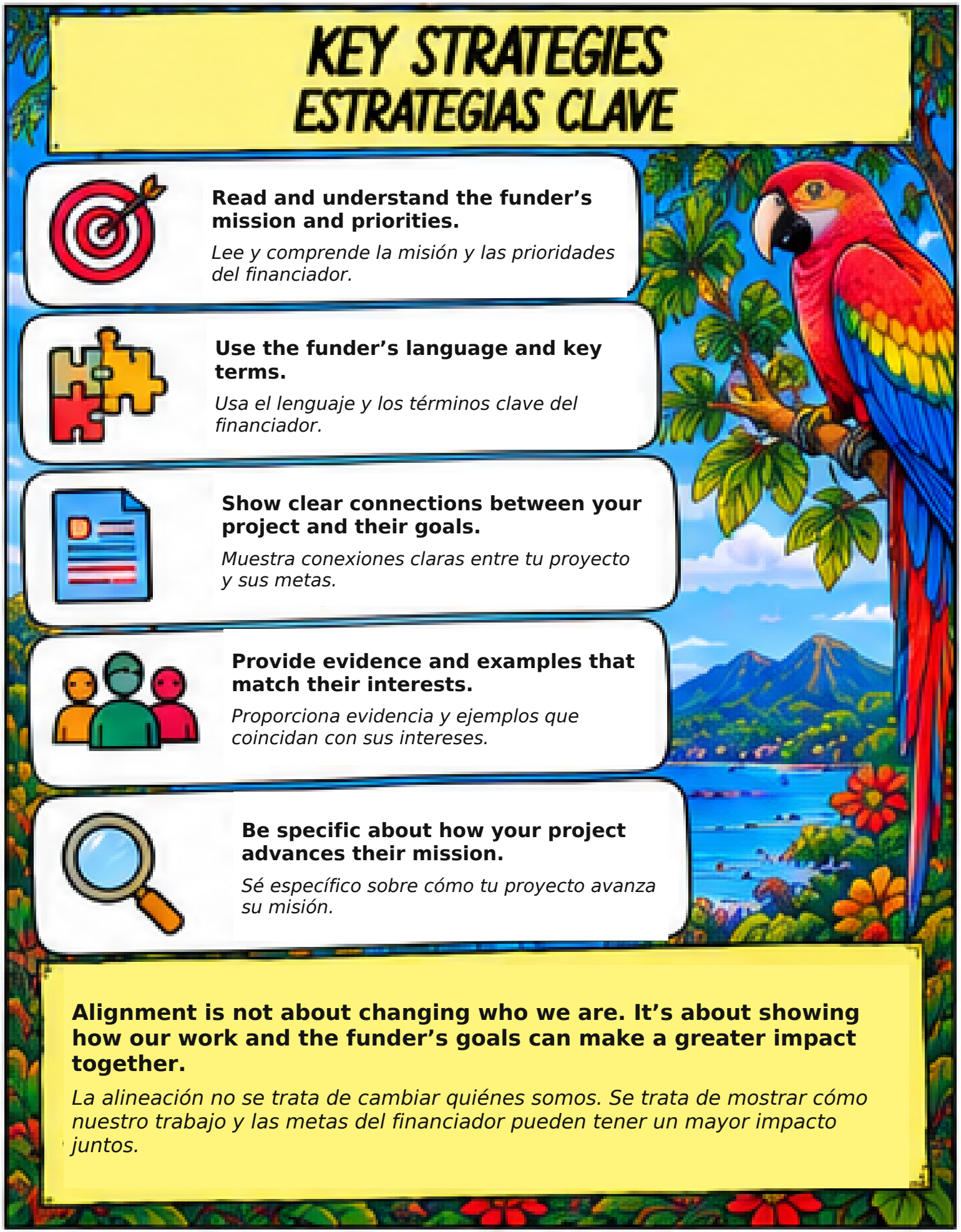
FUNDER PRIORITY PRIORIDAD DEL FINANCIADOR	OUR PROJECT ACTIVITY ACTIVIDAD DE NUESTRO PROYECTO	EXPECTED OUTCOME RESULTADO ESPERADO
		
Environmental Sustainability *Sostenibilidad ambiental*	**Expand community garden plots using sustainable practices.** *Ampliar los huertos comunitarios usando prácticas sostenibles.*	**Increased access to fresh, local food and stronger environmental awareness.** *Mayor acceso a alimentos frescos y locales, y mayor conciencia ambiental.*



Clear alignment helps funders see the connection between their goals and our work.

Una alineación clara ayuda a los financiadores a ver la conexión entre sus metas y nuestro trabajo.

KEY STRATEGIES
ESTRATEGIAS CLAVE



Read and understand the funder's mission and priorities.

Lee y comprende la misión y las prioridades del financiador.

Use the funder's language and key terms.

Usa el lenguaje y los términos clave del financiador.

Show clear connections between your project and their goals.

Muestra conexiones claras entre tu proyecto y sus metas.

Provide evidence and examples that match their interests.

Proporciona evidencia y ejemplos que coincidan con sus intereses.

Be specific about how your project advances their mission.

Sé específico sobre cómo tu proyecto avanza su misión.

Alignment is not about changing who we are. It's about showing how our work and the funder's goals can make a greater impact together.

La alineación no se trata de cambiar quiénes somos. Se trata de mostrar cómo nuestro trabajo y las metas del financiador pueden tener un mayor impacto juntos.

CHAPTER 5
CAPÍTULO 5

CREDIBILITY OVER TIME
CREDIBILIDAD A LO LARGO DEL TIEMPO

Funders look beyond a single proposal. They want to see a track record, ongoing relationships, and a commitment to long-term impact.

Los financiadores miran más allá de una sola propuesta. Quieren ver un historial, relaciones continuas y un compromiso con el impacto a largo plazo.



Credibility grows when our actions match our words over time.

La credibilidad crece cuando nuestras acciones coinciden con nuestras palabras a lo largo del tiempo.

BUILDING A TRACK RECORD
CONSTRUYENDO UN HISTORIAL

Past projects and outcomes

Proyectos anteriores y resultados

Community partnerships

Alianzas comunitarias

Evidence of impact

Evidencia de impacto

Consistent communication

Comunicación continua

Learning and improvement

Aprendizaje y mejora

Commitment to long-term relationships

Compromiso con relaciones a largo plazo



Each project adds to your story. Funders want to see how you learn, adapt, and create lasting change.

Cada proyecto se suma a su historia. Los financiadores quieren ver cómo aprende, se adapta y genera un cambio duradero.

REAL-WORLD EXAMPLE: A GROWING PARTNERSHIP

UN EJEMPLO REAL: UNA ALIANZA EN CRECIMIENTO

2022

Small grant to start the community garden.

Pequeña subvención para iniciar el huerto comunitario.

2023

Expanded with youth programming.

Se amplió con programas para jóvenes.

2024

Added nutrition education and local market partnerships.

Se añadió educación nutricional y alianzas con mercados locales.

2025

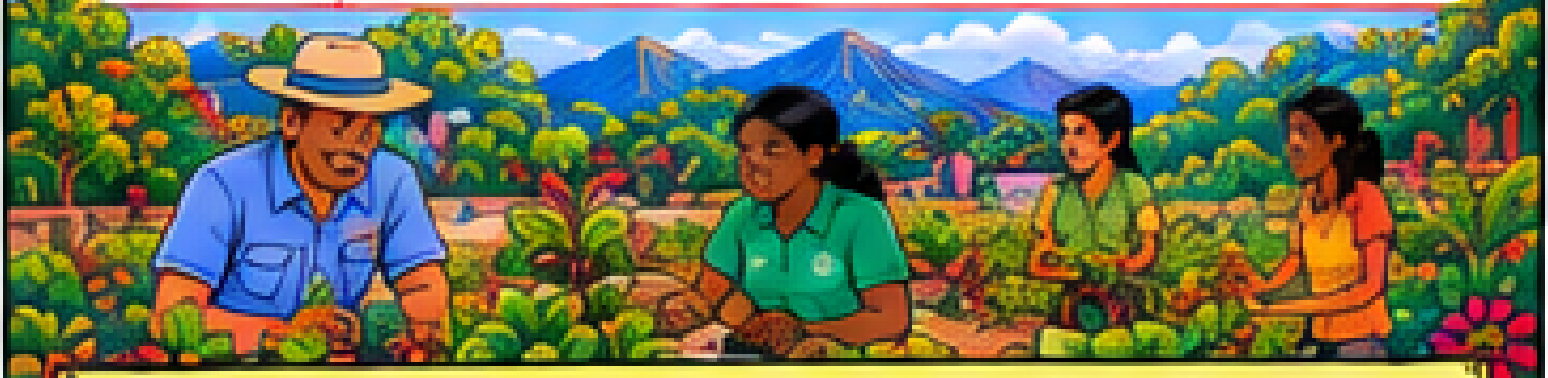
Documented outcomes and shared stories with funders.

Se documentaron resultados y se compartieron historias con los financiadores.

2026

Larger grant to expand to another community.

Subvención mayor para expandirse a otra comunidad.



A clear timeline shows progress, learning, and impact over time.

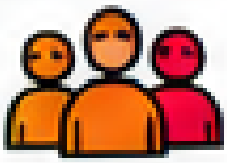
Una línea de tiempo clara muestra el progreso, el aprendizaje y el impacto a lo largo del tiempo.

KEY TAKEAWAYS
IDEAS CLAVE



Show a history of successful work.

Demuestre un historial de trabajo exitoso.



Highlight lasting community relationships.

Destaque relaciones comunitarias duraderas.



Share evidence and stories of impact.

Comparta evidencia e historias de impacto.



Be transparent about challenges and learning.

Sea transparente sobre los desafíos y el aprendizaje.



Show your commitment to the future.

Demuestre su compromiso con el futuro.

Credibility is built through consistent action, honest communication, and a shared commitment to community.

La credibilidad se construye mediante acciones consistentes, comunicación honesta y un compromiso compartido con la comunidad.

CHAPTER 6
CAPÍTULO 6

BUDGETS COMMUNICATE VALUES
LOS PRESUPUESTOS COMUNICAN VALORES

A budget isn't just a list of numbers. It shows what you prioritize, how you plan to use resources, and what you value.

Un presupuesto no es solo una lista de números. Muestra qué prioriza, cómo planea usar los recursos y qué valora.



Budgets tell a story about your project and your commitments to the community.

Los presupuestos cuentan una historia sobre su proyecto y sus compromisos con la comunidad.

KEY BUDGET CATEGORIES
CATEGORÍAS CLAVE DEL PRESUPUESTO

 **Personnel** *Personal*	**Staff, coordinators, and part-time support** *Personal, coordinadores y apoyo de tiempo parcial*
 **Supplies** *Suministros*	**Tools, seeds, educational materials** *Herramientas, semillas, materiales educativos*
 **Equipment** *Equipo*	**Garden beds, irrigation, tools** *Camas de cultivo, riego, herramientas*
 **Travel** *Viajes*	**Local transportation for community activities** *Transporte local para actividades comunitarias*
 **Training** *Capacitación*	**Workshops, leadership development** *Talleres, desarrollo de liderazgo*
 **Outreach** *Divulgación*	**Community events, communication materials** *Eventos comunitarios, materiales de comunicación*
 **Indirect costs** *Costos indirectos*	**Administrative support (as allowed)** *Apoyo administrativo (según lo permitido)*

Each category should be clear, reasonable, and aligned with your project goals.

Cada categoría debe ser clara, razonable y estar alineada con los objetivos de su proyecto.

REAL-WORLD EXAMPLE:
COMMUNITY GARDEN BUDGET
UN EJEMPLO REAL: PRESUPUESTO DEL HUERTO COMUNITARIO

Category *Categoría*	**Description** *Descripción*	**Amount** *Monto*
Personnel *Personal*	Program coordinator (part-time) *Coordinador del programa (medio tiempo)*	**$12,000**
Supplies *Suministros*	Seeds, soil, compost, tools *Semillas, tierra, abono, herramientas*	**$3,500**
Equipment *Equipo*	Raised beds and irrigation system *Camas elevadas y sistema de riego*	**$5,000**
Training *Capacitación*	Community workshops *Talleres comunitarios*	**$2,500**
Outreach *Divulgación*	Events and communication materials *Eventos y materiales de comunicación*	**$1,500**
Indirect costs *Costos indirectos*	**Administrative support** *Apoyo administrativo*	**$2,000**
	Total	**$26,500**



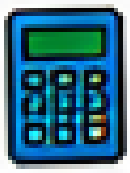
A transparent and detailed budget shows that you have a realistic plan and respect the funder's investment.
Un presupuesto transparente y detallado muestra que tiene un plan realista y respeta la inversión del financiador.

KEY TAKEAWAYS
IDEAS CLAVE



Be specific and detailed.

Sea específico y detallado.



Ensure costs are reasonable.

Asegúrese de que los costos sean razonables.



Align the budget with your goals.

Alinee el presupuesto con sus objetivos.



Show how the budget supports community benefits.

Muestre cómo el presupuesto apoya los beneficios para la comunidad.



Be transparent and explain your choices.

Sea transparente y explique sus decisiones.

A well-crafted budget communicates your values, builds trust, and strengthens your proposal.

Un presupuesto bien elaborado comunica sus valores, construye confianza y fortalece su propuesta.

BUDGETS IN ACTION

PRESUPUESTOS EN ACCIÓN

BUDGETS COMMUNICATE VALUES
LOS PRESUPUESTOS COMUNICAN VALORES

A budget shows what we value. It connects our activities, resources, and outcomes to the people we serve.

Un presupuesto muestra lo que valoramos. Conecta nuestras actividades, recursos y resultados con las personas a las que servimos.



Thoughtful budgets show that we understand the real work of creating change.

Un presupuesto bien pensado muestra que comprendemos el trabajo real de generar un cambio.

A CLOSER LOOK AT BUDGET ITEMS
UN VISTAZO MÁS DETALLADO A LOS RUBROS DEL PRESUPUESTO

 **Personnel** *Personal*	Staff to manage and implement the project. *Personal para administrar e implementar el proyecto.*
 **Supplies** *Suministros*	Materials needed for activities. *Materiales necesarios para las actividades.*
 **Equipment** *Equipo*	Long-term tools and resources. *Herramientas y recursos a largo plazo.*
 **Travel** *Viajes*	Transportation for staff and community members. *Transporte para el personal y las personas de la comunidad.*
 **Training** *Capacitación*	Workshops and skill-building. *Talleres y desarrollo de habilidades.*
 **Outreach** *Divulgación*	Communication and community events. *Comunicación y eventos comunitarios.*
 **Indirect costs** *Costos indirectos*	Administrative support. *Apoyo administrativo.*

Each item should be necessary, reasonable, and directly related to your project goals.
Cada rubro debe ser necesario, razonable y estar directamente relacionado con los objetivos de su proyecto.

REAL-WORLD EXAMPLE: DETAILED BUDGET

UN EJEMPLO REAL: PRESUPUESTO DETALLADO

Category *Categoría*	Description *Descripción*	Amount *Monto*
Personnel *Personal*	Project coordinator (part-time) *Coordinador del proyecto (medio tiempo)*	$12,000
Supplies *Suministros*	Seeds, soil, compost, tools *Semillas, suelo, abono, herramientas*	$3,500
Equipment *Equipo*	Raised beds and irrigation system *Camas elevadas y sistema de riego*	$5,000
Travel *Viajes*	Local transportation for volunteers *Transporte local para voluntarios*	$2,500
Training *Capacitación*	Workshops on sustainable gardening *Talleres sobre jardinería sostenible*	$2,000
Outreach *Divulgación*	Community events and materials *Eventos y materiales comunitarios*	$1,500
Indirect costs *Costos indirectos*	Administrative support *Apoyo administrativo*	$1,500
	Total / *Total*	**$28,000**



This budget reflects our values and supports the community's priorities.

Este presupuesto refleja nuestros valores y apoya las prioridades de la comunidad.

KEY TAKEAWAYS
IDEAS CLAVE



Connect the budget to your goals.

Conecte el presupuesto con sus objetivos.



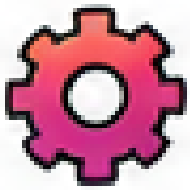
Be realistic and transparent.

Sea realista y transparente.



Show how each cost supports community benefits.

Muestre cómo cada costo apoya los beneficios para la comunidad.



Include both short-term and long-term needs.

Incluya necesidades a corto y largo plazo.



Review funder guidelines carefully.

Revise cuidadosamente las guías del financiador.

A clear and values-driven budget builds trust and shows that your project can succeed.

Un presupuesto claro y basado en valores genera confianza y demuestra que su proyecto puede tener éxito.

CHAPTER 7
CAPÍTULO 7

COLLABORATION MAKES STRONGER PROPOSALS
LA COLABORACIÓN GENERA PROPUESTAS MÁS FUERTES

We can do more together. Collaboration brings different skills, perspectives, and relationships that make our proposals stronger.

Podemos lograr más juntos. La colaboración aporta diferentes habilidades, perspectivas y relaciones que hacen nuestras propuestas más fuertes.



Collaboration helps us design better projects, share the work, and create lasting impact.

La colaboración nos ayuda a diseñar mejores proyectos, compartir el trabajo y generar un impacto duradero.

PARTNERS BRING UNIQUE STRENGTHS
LOS SOCIOS APORTAN FORTALEZAS ÚNICAS

COMMUNITY ORGANIZATIONS
ORGANIZACIONES COMUNITARIAS



Local knowledge and trusted relationships.

Conocimiento local y relaciones de confianza.

UNIVERSITIES
UNIVERSIDADES



Research, students, and technical expertise.

Investigación, estudiantes y conocimientos técnicos.

GOVERNMENT AGENCIES
AGENCIAS GUBERNAMENTALES



Policy support and resources.

Apoyo en políticas y recursos.

PRIVATE SECTOR
SECTOR PRIVADO



Funding, in-kind support, and sustainability.

Financiamiento, apoyo en especie y sostenibilidad.

Different partners bring different strengths. Together, we can do more.

Cada socio aporta fortalezas diferentes. Juntos, podemos lograr más.

REAL-WORLD EXAMPLE: A COLLABORATIVE TEAM

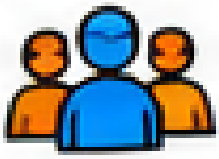
UN EJEMPLO REAL: UN EQUIPO COLABORATIVO



A collaborative team brings together the right people, resources, and perspectives to create meaningful change.

Un equipo colaborativo reúne a las personas, recursos y perspectivas adecuadas para generar un cambio significativo.

KEY TAKEAWAYS
IDEAS CLAVE



Identify partners whose missions align.

Identifique socios cuya misión se alinee.



Clarify each partner's role and contributions.

Aclare el papel y las contribuciones de cada socio.



Communicate regularly and respectfully.

Comuníquese con regularidad y respeto.



Document agreements and expectations.

Documente los acuerdos y expectativas.



Build relationships for the long term.

Construya relaciones a largo plazo.

Strong collaboration builds stronger proposals and stronger communities.

Una colaboración sólida genera propuestas más fuertes y comunidades más fuertes.

WORKING TOGETHER

TRABAJANDO JUNTOS

PUTTING COLLABORATION INTO PRACTICE
PONIENDO LA COLABORACIÓN EN PRÁCTICA

We meet, listen, and plan together. Each partner brings something important to the project, and we make sure everyone's voice is included.

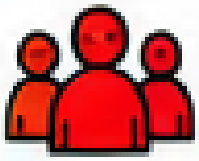
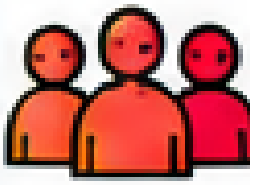
Nos reunimos, escuchamos y planificamos juntos. Cada socio aporta algo importante al proyecto, y nos aseguramos de que todas las voces sean incluidas.



Collaboration turns good ideas into realistic, community-supported proposals.

La colaboración convierte buenas ideas en propuestas realistas y con el apoyo de la comunidad.

ROLES AND RESPONSIBILITIES
ROLES Y RESPONSABILIDADES

 **Community organization** *Organización comunitaria*	**Leads local activities and community outreach.** *Lidera las actividades locales y el alcance comunitario.*
 **Texas Tech University Costa Rica** *Texas Tech University Costa Rica*	**Provides research support, students, and evaluation.** *Brinda apoyo en investigación, estudiantes y evaluación.*
 **Municipal government** *Gobierno municipal*	**Assists with permits, land access, and long-term support.** *Apoya con permisos, acceso a terreno y respaldo a largo plazo.*
 **Local businesses** *Empresas locales*	**Donate materials and in-kind support.** *Donan materiales y apoyo en especie.*
 **Community members** *Miembros de la comunidad*	**Participate in planning, implementation, and leadership.** *Participan en la planificación, implementación y liderazgo.*

Clear roles help us work efficiently and show funders that we have a strong, committed team.

Roles claros nos ayudan a trabajar de manera eficiente y demostrar a los financiadores que tenemos un equipo sólido y comprometido.

COMMUNICATION KEEPS US ON TRACK
LA COMUNICACIÓN NOS MANTIENE EN CAMINO



Regular meetings
Reuniones regulares

Open communication
Comunicación abierta

Shared documents
Documentos compartidos

Inclusive decision-making
Toma de decisiones inclusiva

Good communication builds trust, prevents misunderstandings, and helps the project adapt when needed.

Una buena comunicación genera confianza, previene malentendidos y ayuda a que el proyecto se adapte cuando sea necesario.

REAL-WORLD EXAMPLE: MEETING A CHALLENGE TOGETHER

UN EJEMPLO REAL: ENFRENTAR UN DESAFÍO JUNTOS

During site preparation, we found unexpected soil contamination.

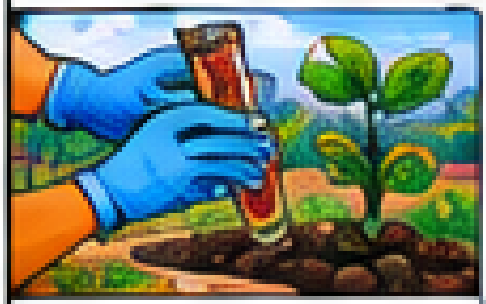
Durante la preparación del terreno, descubrimos una contaminación inesperada del suelo.



We met with our partners, reviewed options, and adjusted our plan and budget.

Nos reunimos con nuestros socios, revisamos las opciones y ajustamos nuestro plan y presupuesto.





A local university lab helped with soil testing.

Un laboratorio universitario local ayudó con análisis de suelo.



A business partner donated clean soil and compost.

Un socio empresarial donó suelo limpio y compost.



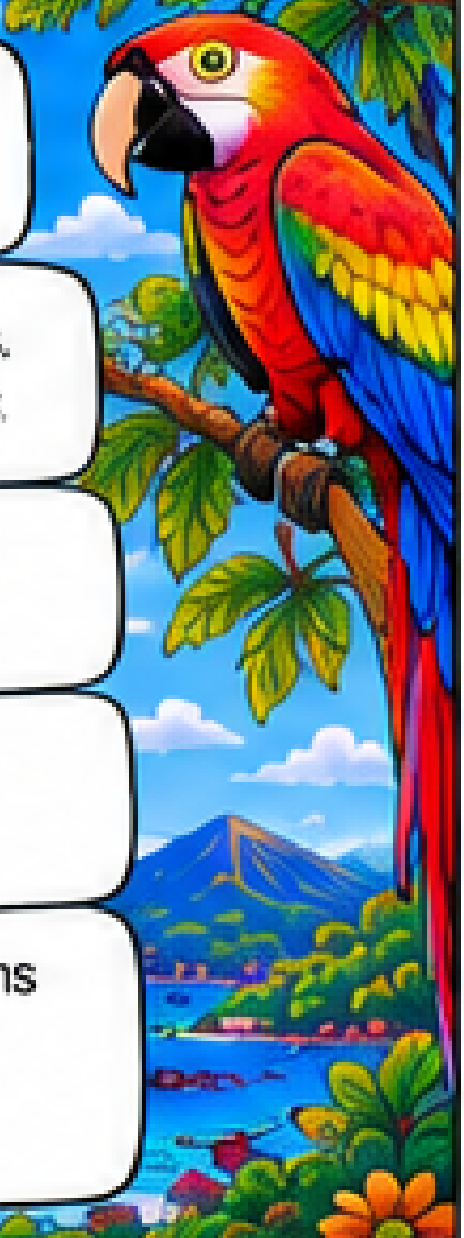
The community volunteered extra workdays.

La comunidad ofreció días adicionales de trabajo voluntario.

Challenges are easier to overcome when partners work together.

Los desafíos son más fáciles de superar cuando los socios trabajan juntos.

KEY TAKEAWAYS
IDEAS CLAVE



Build a diverse team.
Construye un equipo diverso.

Define clear roles and responsibilities.
Define roles y responsabilidades claras.

Communicate regularly.
Comunicate de manera regular.

Be prepared to adapt.
Prepárate para adaptarte.

Show how collaboration strengthens your proposal.
Muestra cómo la colaboración fortalece tu propuesta.

Collaboration brings together different skills, perspectives, and resources to create stronger, more sustainable proposals.

La colaboración reúne diferentes habilidades, perspectivas y recursos para crear propuestas más sólidas y sostenibles.

CHAPTER 8
CAPÍTULO 8

FEEDBACK AND REJECTION AS PART OF THE PROCESS
LA RETROALIMENTACIÓN Y EL RECHAZO COMO PARTE DEL PROCESO



Rejection isn't the end. It's part of the journey toward stronger proposals and greater impact.

El rechazo no es el final. Es parte del camino hacia propuestas más sólidas y un mayor impacto.

UNDERSTANDING FEEDBACK
COMPRENDER LA RETROALIMENTACIÓN

Celebrate what worked. *Celebra lo que funcionó.*	"Strong community engagement and clear goals." *"Fuerte participación comunitaria y metas claras."*
Look for specific suggestions. *Busca sugerencias específicas.*	"Provide more detail on long-term sustainability." *"Proporcione más detalles sobre la sostenibilidad a largo plazo."*
Identify areas to strengthen. *Identifica áreas para mejorar.*	"Clarify the evaluation plan and measurable outcomes." *"Aclare el plan de evaluación y los resultados medibles."*
Use feedback to revise. *Usa la retroalimentación para revisar.*	"Adjust the budget and expand the partnership section." *"Ajuste el presupuesto y amplíe la sección de alianzas."*

Feedback is a gift. It helps us write stronger proposals, even when we are not funded.

La retroalimentación es un regalo. Nos ayuda a escribir propuestas más sólidas, incluso cuando no somos financiados.

TURNING REJECTION INTO OPPORTUNITY
CONVERTIR EL RECHAZO EN OPORTUNIDAD

1. Read the feedback carefully.
   Lee la retroalimentación con atención.
2. Discuss it with your team.
   Discútela con tu equipo.
3. Make a plan for revisions.
   Haz un plan para las revisiones.
4. Consider other funding opportunities.
   Considera otras oportunidades de financiamiento.
5. Keep building relationships with funders.
   Sigue construyendo relaciones con los financiadores.

Each proposal teaches us something new and brings us closer to our goals.
Cada propuesta nos enseña algo nuevo y nos acerca más a nuestras metas.



Rejection can open the door to new ideas, stronger partnerships, and a deeper impact in the future.

El rechazo puede abrir la puerta a nueva ideas, allanzas más fuertes y un mayor impacto en el futuro.

USING FEEDBACK

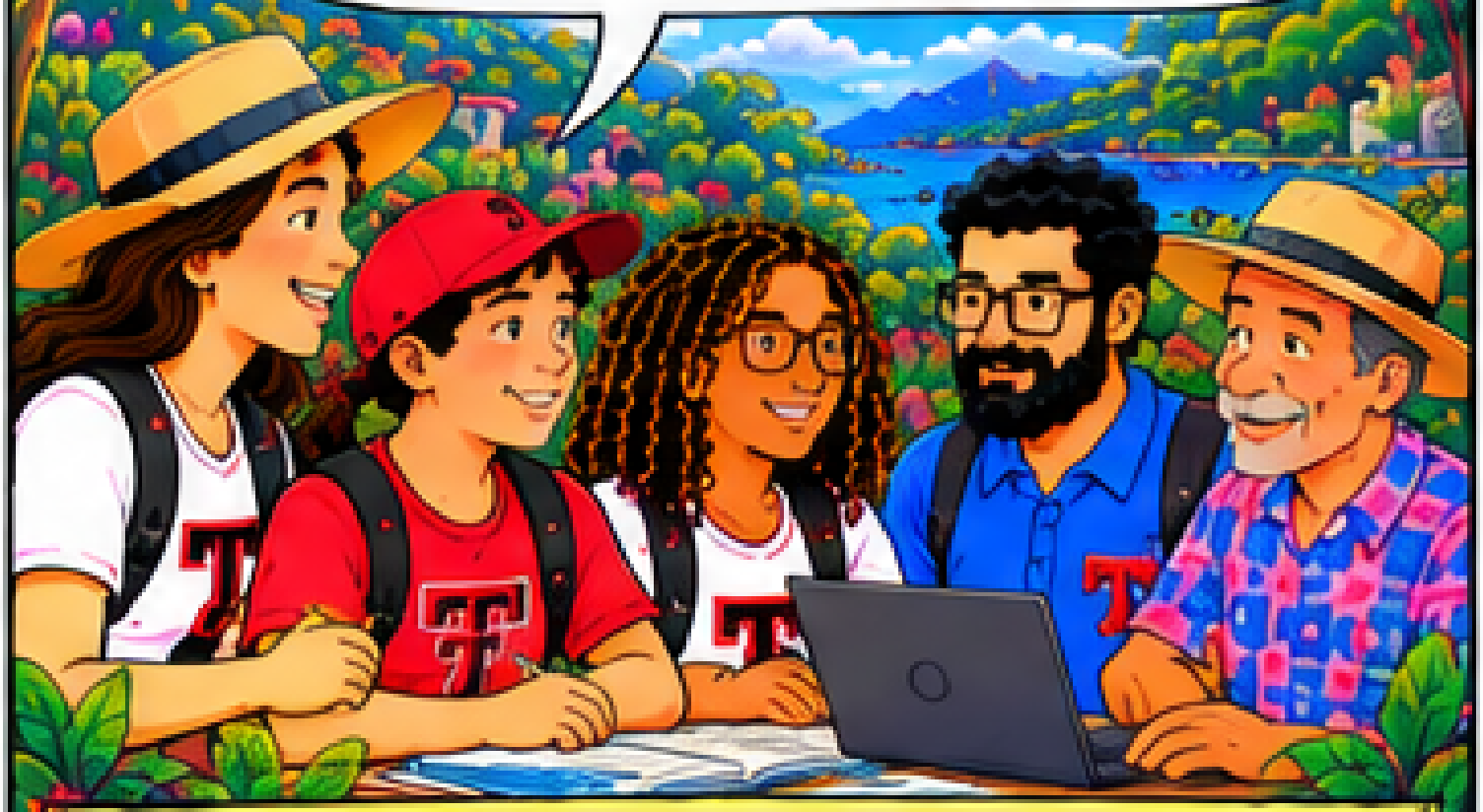
USAR COMENTARIOS

FEEDBACK AND REJECTION AS PART OF THE PROCESS

LA RETROALIMENTACIÓN Y EL RECHAZO COMO PARTE DEL PROCESO

Rejection can be discouraging. But it's also a part of grant writing. Almost every grant writer experiences it, even experienced professionals.

El rechazo puede ser desalentador. Pero también es parte del proceso. Casi todos los que escriben propuestas han experimentado el rechazo, incluso profesionales con experiencia.



Feedback helps us learn, improve, and try again. Each response gives us new ideas and a stronger proposal.

La retroalimentación nos ayuda a aprender, mejorar y volver a intentarlo. Cada respuesta nos ofrece nuevas ideas y una propuesta más sólida.

COMMON REASONS FOR REJECTION
RAZONES COMUNES DEL RECHAZO



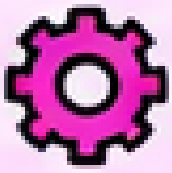
Not aligned with funder priorities.
No está alineada con las prioridades del financiador.



Needs more detail or clarity.
Necesita más detalle o claridad.



Lacks evidence of community involvement.
No muestra suficiente participación de la comunidad.



Unrealistic budget or timeline.
Tiene un presupuesto o cronograma poco realista.



Not enough information about impact and sustainability.
Falta información sobre el impacto y la sostenibilidad.



Legal, eligibility, or compliance issues.
Problemas legales, de elegibilidad o de cumplimiento.

These are common issues, and they can be addressed.
Rejection is often an invitation to revise and strengthen your proposal.

Estos son problemas comunes, y se pueden abordar.
El rechazo suele ser una invitación a revisar y fortalecer la propuesta.

HOW TO RESPOND TO FEEDBACK
CÓMO RESPONDER A LA RETROALIMENTACIÓN

1. 
   Read the feedback carefully.
   Lee la retroalimentación con atención.

2. 
   Look for patterns and key themes.
   Busca patrones y temas clave.

3. 
   Discuss with your team.
   Conversalo con tu equipo.

4. 
   Decide what to keep, revise, or add.
   Decide qué mantener, qué revisar o qué añadir.

5. 
   Make a clear plan for revisions.
   Haz un plan claro para las revisiones.

6. 
   Use feedback to strengthen your proposal.
   Usa la retroalimentación para mejorar tu propuesta.

A thoughtful response shows funders that you are a careful, reflective, and committed partner.

Una respuesta reflexiva muestra a los financiadores que eres un socio cuidadoso, reflexivo y comprometido.

REAL-WORLD EXAMPLE:
FROM REJECTION TO A STRONGER PROPOSAL
UN EJEMPLO REAL: DEL RECHAZO A UNA PROPUESTA MÁS FUERTE

ORIGINAL PROPOSAL
PROPUESTA ORIGINAL

"Good idea, but needs more detail on community involvement and long-term sustainablity."

"Buena idea, pero necesita más detalle sobre la participación de la comunidad y la sostenibilidad a largo plazo."

REVISED PROPOSAL
PROPUESTA REVISADA

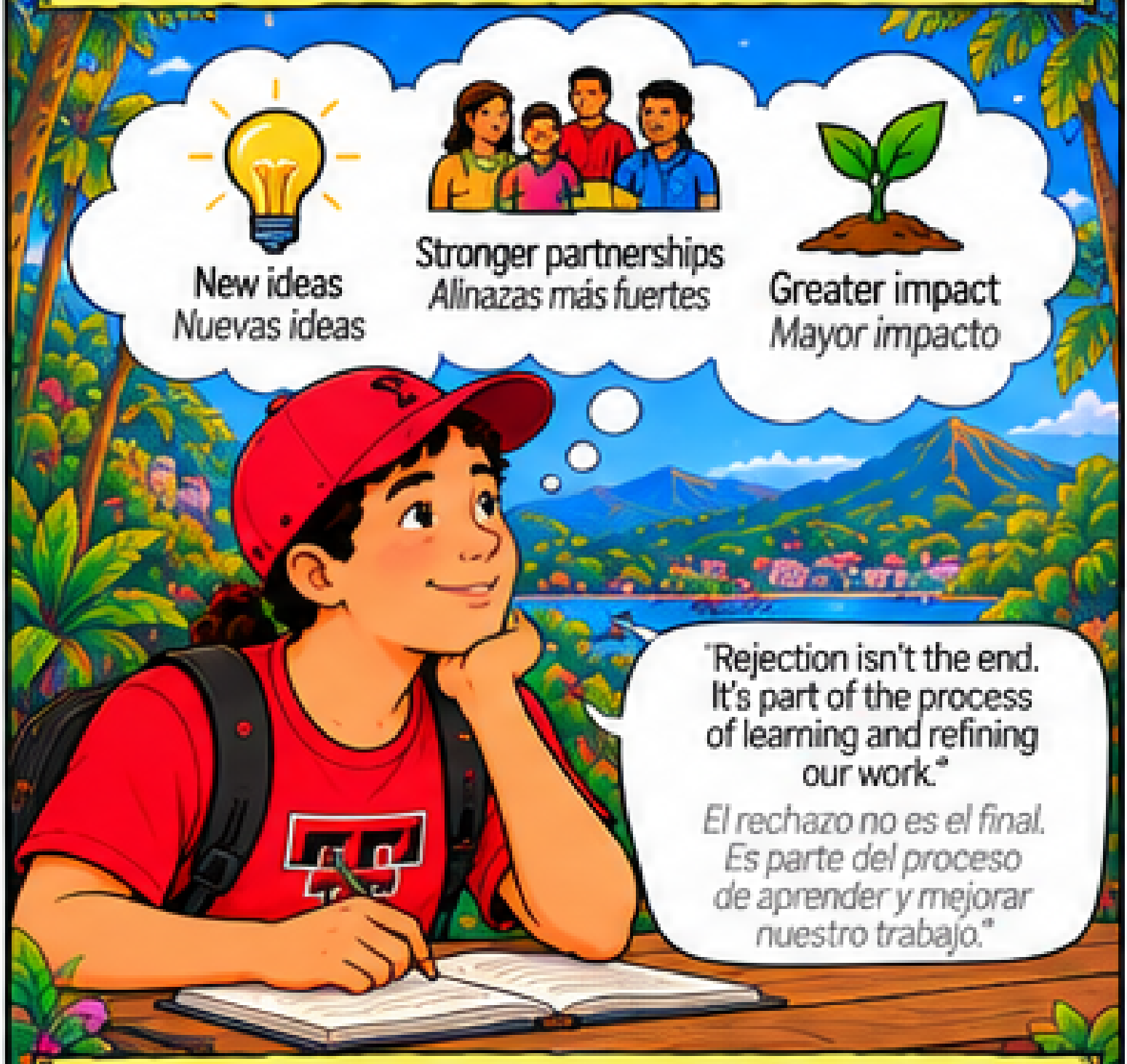
- Added letters of support from community partners.
  Se añadieron cartas de apoyo de socios comunitarios.
- Included a 3-year plan.
  Se incluyó un plan de 3 años.
- Expanded evaluation methods.
  Se ampliaron los métodos de evaluación.



Rejection can lead to better ideas, stronger partnerships, and greater impact.

El rechazo puede conducir a mejores ideas, alianzas más fuertes y un mayor impacto.

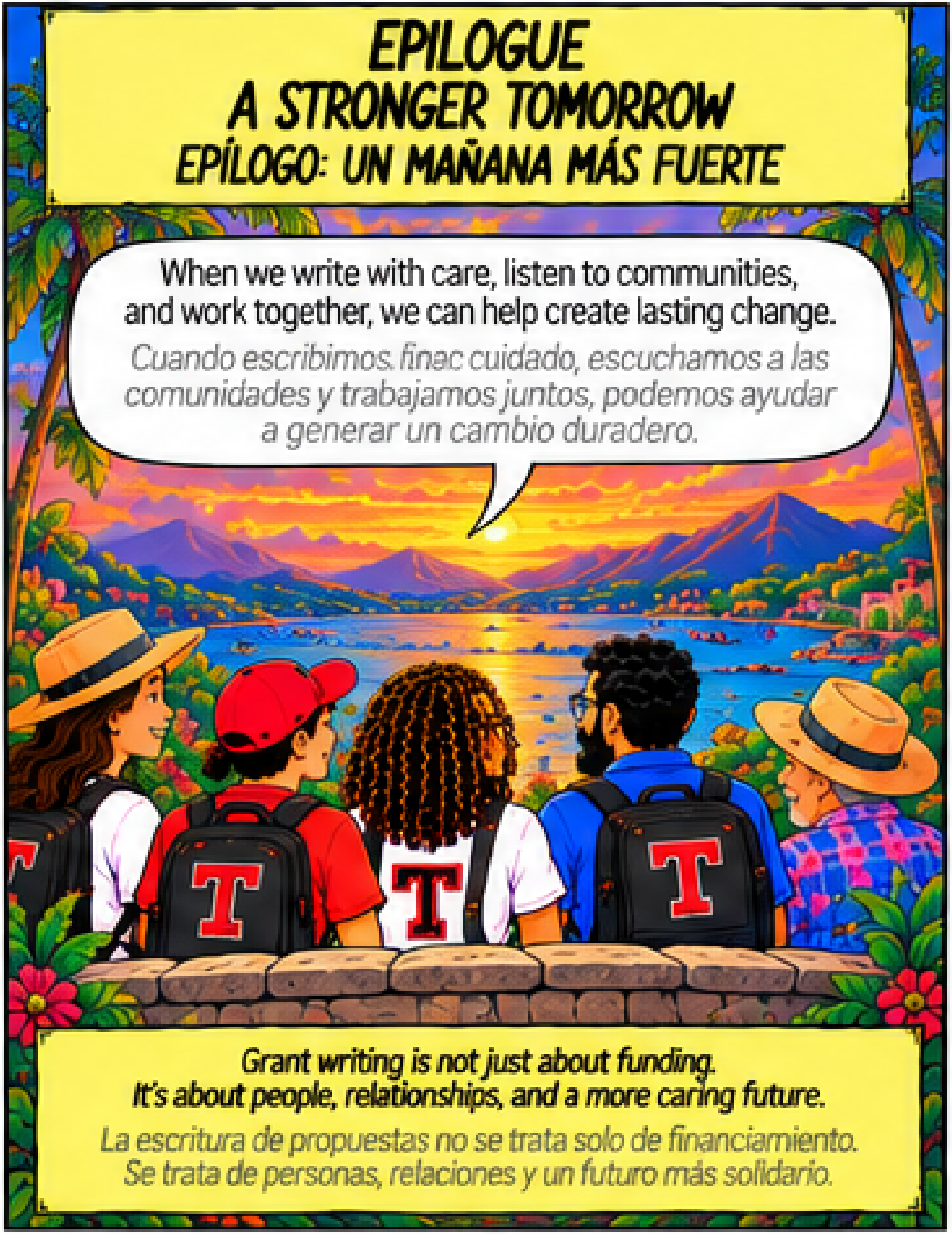
TURNING REJECTION INTO OPPORTUNITY
CONVERTIR EL RECHAZO EN OPORTUNIDAD



Each proposal, funded or not, helps you grow as a writer, a collaborator, and a community partner.

Cada propuesta, financiada o no, te ayuda a crecer como escritor, colaborador y socio comunitario.

EPILOGUE
A STRONGER TOMORROW
EPÍLOGO: UN MAÑANA MÁS FUERTE



Grant writing is not just about funding.
It's about people, relationships, and a more caring future.

La escritura de propuestas no se trata solo de financiamiento.
Se trata de personas, relaciones y un futuro más solidario.

ACKNOWLEDGMENTS
AGRADECIMIENTOS

We thank the community members, nonprofit leaders, students, colleagues, and partners who shared their stories, ideas, and time. Their experiences and insights made this project possible.

Agradecemos a los miembros de la comunidad, líderes de organizaciones sin fines de lucro, estudiantes, colegas y socios que compartieron sus historias, ideas y tiempo. Sus experiencias y conocimientos hicieron posible este proyecto.



ABOUT THIS BOOK
SOBRE ESTE LIBRO

This graphic novel is an illustrated adaptation of *Writing Grants, Building Care: A Community-Centered Approach*, an open educational resource.

Esta novela gráfica es una adaptación ilustrada de Writing Grants, Building Care: A Community-Centered Approach, un recurso educativo abierto.

Read the full textbook
Lee el libro completo
https://raider.pressbooks.pub/grantwriting

Visit the companion website
Visita el sitio web complementario
https://grantwriting.solutions

Watch videos and podcasts
Mira videos y escucha podcasts
https://youtu.be//p4khFu6lgVk

TEXAS TECH UNIVERSITY
COSTA RICA

CREATIVE COMMONS LICENSE

LICENCIA CREATIVE COMMONS

CC BY-NC 4.0 International

This graphic novel is offered under Creative Commons Attribution–NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0), except where otherwise noted. Sharing and adaptation are permitted for noncommercial purposes with appropriate attribution, a link to the license, and an indication of changes.

Esta novela gráfica se ofrece bajo la licencia Creative Commons Atribución–NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0), salvo indicación contraria. Se permite compartir y adaptar el material para fines no comerciales con atribución, enlace a la licencia e indicación de los cambios realizados.

SOURCE AND ATTRIBUTION / FUENTE Y ATRIBUCIÓN

Adapted from *Writing Grants, Building Care: A Community-Centered Approach* by David Ornelas, Rich Rice, Ronald B. Cole, and Lauren N. Maher.

Adaptación de *Writing Grants, Building Care: A Community-Centered Approach* de David Ornelas, Rich Rice, Ronald B. Cole y Lauren N. Maher.

LICENSE / LICENCIA

https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

https://raider.pressbooks.pub/grantwriting

https://grantwriting.solutions

Third-party images, logos, and marks may have separate rights.

Las imágenes, los logotipos y las marcas de terceros pueden tener otros derechos.

FICTIONAL SCENARIO / ESCENARIO FICTICIO

The role of Texas Tech University Costa Rica in this story is fictional. No institutional commitment, sponsorship, or endorsement is implied.

La participación de Texas Tech University Costa Rica en esta historia es ficticia. No implica compromiso, patrocinio ni respaldo institucional.