

DONAR HACE BIEN

Te hace bien a vos. Le hace bien al Mundo

INFORME DE LA IV EDICION DE LA CAMPAÑA DONAR AYUDA Noviembre de 2016

INTRODUCCIÓN

AEDROS y Fundación Noble llevaron adelante la IV Edición de la Campaña Nacional de bien público: **Donar ayuda**. La iniciativa busca generar conciencia solidaria e incentivar la donación regular de dinero a una organización social.

Los argentinos somos solidarios pero usualmente nos movilizamos con donaciones de alimentos, ropa u otros productos de manera aislada o reaccionando frente a emergencias ó catástrofes. Si bien estas donaciones son necesarias, no son suficientes para garantizar que las entidades de bien público puedan cumplir con su misión de manera eficaz y eficiente. A diferencia de lo que sucede en otros países, en la Argentina, sólo una de cada 10 personas dona dinero de manera regular a una Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC). Para lograr una transformación social profunda, la campaña invita al público a abrazar una causa, elegir una OSC y donar.

La sociedad en su conjunto está invitada a participar de la campaña realizando donaciones regulares en dinero y multiplicando el mensaje entre sus amigos y conocidos.

UNA INICIATIVA QUE MEJORA LA SALUD

Con un tono positivo y apoyado en descubrimientos científicos, mostramos cómo el acto de ayudar y ser solidario trae beneficios para la salud física y mental. Bajo el slogan “**Donar hace bien**”, la campaña busca incentivar a las personas a hacer el bien, comenzando por ellos mismos, a partir de mejorar su vida haciendo bien a los otros. La propuesta directa y concreta es: *“**Hacete bien a vos mismo ayudando a una organización social, encontrá la que te moviliza y doná todos los meses**”*.

La campaña contó con el apoyo activo del Dr. Facundo Manes, legitimando el mensaje de la campaña, a través de notas periodísticas gráficas y entrevistas en radio. Este apoyo de un profesional con reconocimiento internacional, permitió dar un aval científico al y un especial impulso.

DONAR HACE BIEN

Te hace bien a vos. Le hace bien al Mundo

OBJETIVO GENERAL

- Generar conciencia sobre la importancia del hábito de donar dinero, en forma regular y sostenida a una OSC.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Informar a la sociedad sobre las ventajas y beneficios de donar a OSC para generar transformaciones significativas en la realidad.
- Informar a la sociedad sobre los derechos que tiene el donante, y ofrecer alternativas válidas sobre las distintas formas de colaborar para revertir la tendencia en la Argentina a la donación individual esporádica, asistencialista y en especie.
- Fortalecer la gestión profesional de los recursos en las OSC para elevar la calidad de la información ofrecida al público.
- Instalar el debate en la opinión pública sobre las distintas formas de colaborar a través de periodistas, líderes de opinión, medios de comunicación y otros referentes sociales.

COMUNICACIÓN (ver informe canales de difusión)

Difusión masiva de la campaña a través de:

- Nota periodísticas.
- Avisos gráficos, TV y Radio.
- Redes sociales.
- Página web
- Otros: Fundación Flecha Bus / Espacio Clarín Mar del Plata / Time Networks / Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

DONAR HACE BIEN

Te hace bien a vos. Le hace bien al Mundo

PRINCIPALES LOGROS

- ✓ IV edición: la continuidad de la acción permite continuar generando conciencia sobre la importancia de la donación en dinero sostenida en el tiempo.
- ✓ En 2016, 36 **OSC recibieron donaciones** a través del sitio de donarayuda o donar online en el marco de la campaña. **Un 53% más** que durante el mismo período en 2015.
- ✓ **200% de incremento** en la cantidad total de donaciones en 2016 vs. 2015.
- ✓ **365% de incremento** en el monto de las donaciones en 2016 vs. 2015.
- ✓ **Muy pareja** la proporción de **cantidad donaciones** por única vez y recurrentes entre ambas ediciones, **sólo un 2% de diferencia**.
- ✓ Incremento de las consultas y donaciones frecuentes de individuos a las OSC. Mayor interés manifestado a través de consultas.
- ✓ 395 OSC con intenciones de participar
- ✓ 315 OSC fueron incorporadas
- ✓ Mayor profesionalización de las OSC al participar de la campaña y utilizar herramientas de gestión más eficiente para recibir donaciones en dinero, sistematizar consultas, datos, interesados en la causa.
- ✓ Incrementar el número de seguidores en las redes sociales de la campaña.
- ✓ Aumentar el número de apariciones en medios y canales de comunicación.