

CAMPAÑA

AÑADE VIDA A LOS DÍAS



IDEAS Y CONSEJOS PARA
RECAUDAR FONDOS



FORMA PARTE DEL EFECTO GIRASOL

Para seguir ofreciendo los cuidados especiales a nuestros pacientes necesitamos realizar un esfuerzo extra tras el duro golpe que estamos sufriendo por la pandemia.

Las tiendas benéficas, que son nuestra mayor fuente de ingresos, han estado cerradas durante tres meses, y los eventos físicos que eran otra gran fuente de financiación se han anulado o reducido.

Por eso iniciamos esta campaña con la que **apelamos al poder que cada uno de nosotros tenemos de añadir vida a los días**, a través del **Efecto Girasol**.

Con la campaña **Añade vida a los días** queremos recaudar fondos para mantener un equipo multidisciplinar de nuestro Programa de Atención Domiciliaria.

Nuestros equipos atienden a los pacientes en su domicilio y proporcionan el cuidado médico, así como el apoyo psicológico y social que necesitan. Un equipo multidisciplinar de atención domiciliaria, formado por médico, enfermero, psicólogo y trabajador social tiene un coste de 185.000 euros por año.



Si has decidido dar un paso más en la recaudación de fondos mediante una actividad o evento, en Cudeca te damos algunos ejemplos y pautas que has de tener en cuenta.



Iniciativa deportiva

Promover la recaudación de fondos para nuestro propósito por medio de actividades deportivas es una muy buena opción. Conlleva afán de superación, bienestar y pasión, conceptos fuertemente unidos a nuestra filosofía.

Aquí encontrarás algunos ejemplos sobre cómo llevar a cabo la actividad.

Te contamos la iniciativa de **Maggie Woodward**, expatriada británica que vive en Cómpeta (Málaga) desde hace diez años, que por sexto año consecutivo recorrerá el Camino Mozárabe hasta Santiago de Compostela a favor de Cudeca.

Para mantenernos al día de sus logros, Maggie comparte en su [blog](#) sus vivencias y nos cuenta el avance de la recaudación. Tiene ya a sus espaldas 5.000 km recorridos, recaudando a su paso más de 5.000 euros.

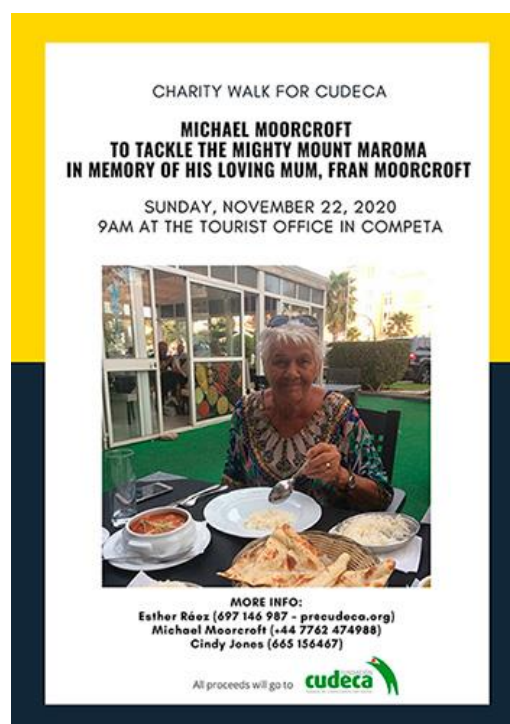
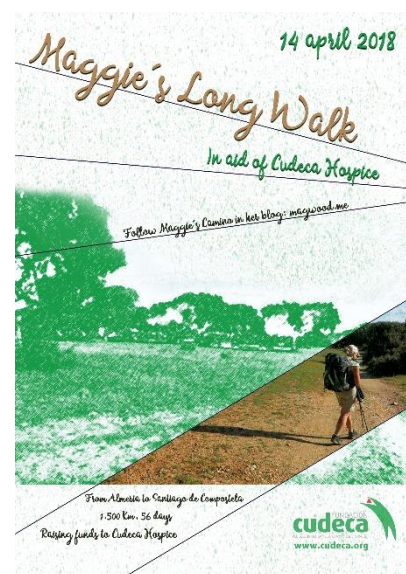
Además de llevar a cabo la comunicación en tus propias redes y a través de nuestra página web, te recomendamos que compartas tu actividad en medios de comunicación locales, blogs que versen sobre sucesos similares y redes sociales relacionadas con la propia actividad y con eventos solidarios.

Aunque Maggie sea una experta deportista, no es necesario contar con esta habilidad para poner en marcha un evento de este tipo.

Es más, el primer contacto de una persona con un campo en el que no tiene experiencia suscita gran interés y ayuda a captar la atención.

Es el caso de otro vecino de Cómpeta, **Michael Moorcroft**, quien a pesar de ser un caminante novato ha decidido afrontar un reto de un alto nivel de dificultad y complejidad; subir al Monte Maroma en memoria de su madre Fran, voluntaria de CUDECA, fallecida a causa del cáncer. Así, recogerá su testigo y nos ayudará a seguir llenando de vida los últimos días de muchas personas.

Para que la actividad fuera un éxito, Michael preparó una campaña de



formación para el equipo de acompañantes que subirían con él hasta la cima.

Tuvo la suerte de contar con su amiga Cindy Jones, quien también recauda fondos para CUDECA desde hace más de 12 años. No dudes en seguir su ejemplo y busca aliados y colaboradores para conseguir tu objetivo.

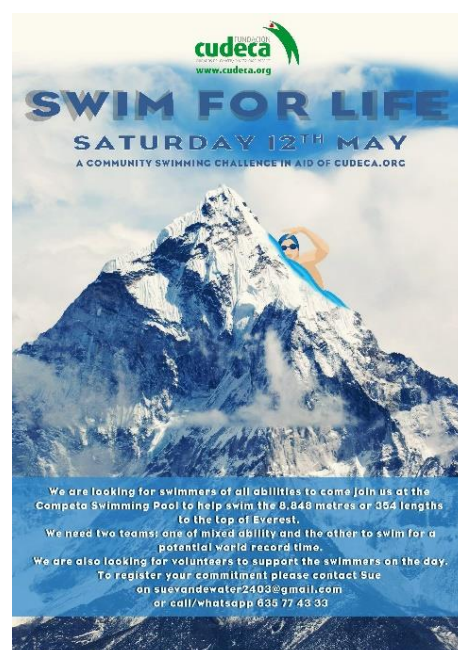
Todos aquellos allegados que quisieron unirse acudieron al punto de encuentro, esta vez situado en la Oficina de Turismo del pueblo, a la hora y día fijados. Es importante que además de estos datos comuniqués todos los detalles sobre la caminata: dificultad, duración, requisitos de vestimenta o consejos sobre alimentación e hidratación.

Como ves, la iniciativa de Michael sirvió para motivar e inspirar a las personas de su alrededor y sumarlas a su causa.

Si crees que tu evento puede ir ligado a un reto de superación personal no dudes en lanzarte a por ello.

Así lo hicieron estos compañeros de aventura de Martín bajo el lema **“NO ES LA DISTANCIA A QUIEN CONQUISTAMOS SINO A NOSOTROS MISMOS”**

Esta clase de actividades nos ayudan a recordar lo importantes que son las ganas de vivir y superarse. Prueba de ello es este evento ideado por Martín Robinson, de Canillas de Albaida que hace ya varios años, mientras se sometía a un tratamiento de quimioterapia, nadó 5.000 metros.



En su siguiente aventura recorrerá junto a un grupo de nadadores la distancia equivalente a la altura del Everest, 8.848 metros en una piscina olímpica. Martín, que todavía está recibiendo tratamiento intensivo, nadará por el sentimiento de ayudar a la Fundación CUDECA junto con sus compañeros, algunos de los cuales son supervivientes de cáncer o, simplemente, nadan en memoria de un ser querido.

Por último, relacionado con el mundo del deporte, te contamos un caso de éxito que ha tenido lugar recientemente.

Se trata de la campaña [RUN FOR HEROES](#) iniciada en los momentos más duros de la pandemia por Olivia Strong, productora de documentales y aficionada al running que pensó en utilizar las salidas permitidas en los días de confinamiento para ayudar a los sanitarios.

El reto que propuso consistía en que cada persona corriera una distancia de 5 kilómetros, que donara 5 libras y que nominara a otras 5 personas.

La idea inicial era recaudar 5.000 libras para el sistema sanitario de Reino Unido, pero la virilidad de la iniciativa hizo que al poco tiempo llegara a recaudar 5 millones de libras.



Reto “una semana sin”

Pide a tus seguidores que renuncien a un extra diario durante una semana y que donen el posible dinero que ahorrarían para la campaña.

Algunas ideas de compras prescindibles que puedes proponer son comidas en restaurantes o consumiciones en establecimientos sofisticados.

Relacionándolo con el tema de los cuidados que proporciona Cudeca, también puedes pedirles que colaboren con el dinero que se gastarían en un centro de belleza o spa en los servicios de peluquería, manicura o tratamientos de belleza.

La propuesta debe hacer que este sacrificio no les suponga tanto esfuerzo como el placer de donar para que otros también puedan disfrutar de estos cuidados.

De esta manera, también logramos que cuando reflexionen sobre su rutina diaria tengan en cuenta la causa y este sentimiento perdure en el tiempo.

Agrupación de mini actividades

Si organizar un gran evento puede suponer un gran reto para ti, quizá te sientas más a gusto organizando eventos de menor envergadura y más variedad. Organizar pequeñas actividades cada día puede dotar a la campaña de mayor dinamismo y que la gente tenga más oportunidades de encontrar la mejor manera de colaborar.

Si te planteas un periodo por ejemplo, de una semana, puedes plantear una actividad para cada día de la misma como venta de dulces el lunes, mercadillo de objetos de segunda mano el martes, mini torneo infantil el miércoles y así sucesivamente hasta llegar al último día proponiendo una actividad diferente y especial para culminar el reto.

Esta forma de comunicar la causa suele funcionar muy bien en entornos donde estés a diario; en la oficina, en el colegio o en tu establecimiento comercial. Además, de esta manera, queda resuelto el tema de la logística para que la organización sea mucho más simple.

Sorteo o concurso en redes sociales

No dejes pasar la oportunidad de usar los medios digitales para difundir tu causa.

Si en estos momentos no estás acudiendo a la oficina o la asistencia física ha caído mucho, plantéate usar las redes sociales y toda tu comunidad de seguidores para llevar a cabo la iniciativa.

Puedes ofrecer un sorteo o concurso que aborde el tema de la campaña, por ejemplo, postres o tartas que hagan alusión a la misma.

Para ello, simplemente tendrás que encontrar una bonita foto que consiga despertar el interés de tu comunidad, elegir el texto y los hashtag adecuados que transmitan perfectamente la información sobre la campaña. No te olvides de especificar claramente las condiciones del sorteo o concurso e incluir una llamada a la acción.



Venta solidaria

Si lo tuyo son las manualidades, aprovecha tu habilidad para dar vida a los días.

Así lo hizo Cristóbal Corral, tejiendo a mano las bufandas expuestas en forma de árbol de Navidad en la jornada de puertas abiertas del Estudio de Pilates [Living Pilates](#) en Fuengirola.

Si quieres realizar esta clase de actividad, acuérdate de comunicar al público qué te mueve y cómo la has llevado a cabo. En este caso, Cristóbal compartió con todos nosotros cómo había realizado las bufandas y su alegría por poder ayudarnos en nuestra causa.

También has de informar cómo pueden adquirir el artículo y qué parte irá destinada a la causa benéfica.



Mercadillo benéfico

En un mercadillo benéfico se pueden vender tanto artículos promocionales que representen la causa como todas aquellas cosas que tenemos por casa y hace tiempo que no usamos.

Ejemplos como la Biblioteca Municipal de Arroyo de la Miel o el instituto de secundaria IES Benalmádena optó por organizar durante 3 días la venta de libros, artículos de segunda mano, así como material promocional de la campaña en el que se incluían calendarios, pulseras o broches de girasoles. El mercado estuvo atendido por los propios alumnos, padres y madres del AMPA junto con voluntarios de Cudeca.

Talleres solidarios

¿Posees un conocimiento o técnica que puedan interesar a otras personas? Crea e imparte un taller para transmitirlo.

Así lo hace nuestra voluntaria Merche López Valdivia, ofreciendo talleres solidarios a beneficio de la Fundación. ¡Qué mejor forma de ayudar que compartiendo lo que sabes! En cuanto a la organización, sería conveniente que facilites la información sobre las actividades que se llevarán a cabo, conocimientos o habilidades que se adquirirán en los mismos, material o ropa necesaria, fecha, hora, lugar y datos de contacto.



Mandalas o círculo mágico, conecta con tu universo interior.
Impartido por Merche López Valdivia



Retos a subasta

Afeitarse la cabeza, dejarse crecer la barba, acudir disfrazado a un evento... ¿Tienes alguna idea y no la hemos reflejado en esta guía?

¡Compártela con nosotros y pongámosla en práctica!

A continuación, te contamos como Ian Froment dejó en manos de sus amigos y familiares la decisión de quitar o dejar su barba.

Ian llevaba unos cuantos años dejándose barba. Mucha gente le sugirió que se la quitara para poder volver a ver su rostro; pero otras personas le dijeron que le favorecía. Haciendo una analogía con la situación de Reino Unido y el Brexit, decidió recurrir a una votación para decidir si debía acabar con su mata de pelo facial o por el contrario conservarla y seguir siendo Papa Noel, como le llamaban algunos niños.

Decidió convertir esta votación en un evento solidario, implicando en ello a Cudeca y otra asociación benéfica llamada MacMillan. Para los que preferían que se afeitase proponía donar a CUDECA y para los que quisieran que la conservara, hacerlo a MacMillan, consiguiendo de esta manera que fuera cual fuera la decisión, la solidaridad ganase.

BEARD BREXIT

Should it STAY or should it GO?



Donate to Cudeca Hospice to keep the beard or donate to Macmillan to see it go, either way it's for charity!

From now until 29th March 2019 (Brexit)
More info: Esther Ráez pr@cudeca.org



Recaudación a través de páginas web personales

Otra opción es la creación de una página web para solicitar fondos.

Seas o no un experto en captar fondos, la plataforma migranodearena.org dispone de todas las facilidades para que puedas llevar a cabo la recaudación para la causa en la que te has involucrado.

¡Prepárate para conseguir los fondos para tu causa!

¿Cómo crear un reto solidario paso a paso?

REGÍSTRATE

Entra en la página www.migranodearena.org y pulsa en regístrate/inicio de sesión. Una vez introducidos tus datos, puedes entrar y hacer clic en el botón "Crea tu reto".

ELIGE A LA FUNDACIÓN CUDECA

CUDECA será la beneficiaria del dinero recaudado.



CONFIGURA TU PÁGINA DE DONACIÓN

Fija un objetivo: La donación media es de 40 euros, valora a cuántas personas puede llegar tu mensaje y establece un objetivo que sea alcanzable y realista.

Consejo (PRO TIP):

Para darle un impulso a tu campaña, se tú el primero en donar. No eres un mero gestor de la iniciativa, eres el promotor y que tu nivel de implicación sea ejemplar es vital. Debes poder decir a los demás que tú ya has hecho tu donación y que les esperas ¡Tu nivel de implicación es máximo!

Cuenta tu historia: Por medio de ella la gente entenderá por qué es importante colaborar. Haz que sea lo más impactante posible y que se sientan identificados. Tener una causa o un porqué para hacer algo es fundamental.

Es importante que la gente entienda qué te ha llevado a hacer tuya la causa y qué beneficios puede conseguir la organización. Trata de despertar la empatía de las personas que estén conociendo tu historia. La gente estará más dispuesta a colaborar si siente una conexión, más cuando es auténtica, sincera y desinteresada.

Escoge un título atractivo y “con gancho”.

Sírvete de fotos o vídeos para que el interesado entienda mejor la causa. Puedes poner hasta siete imágenes.

Por último, elige la duración. Lo recomendable es que no sean más de 45 días. Menos es insuficiente y más da apariencia de abandono o falta de dinamismo.

COMPARTE

Gran parte del éxito de la campaña dependerá de la forma y cantidad en la que sea compartida con amigos, familiares y conocidos.

Las redes sociales, el mail, mensajes de texto y el boca a boca son las mejores formas de conseguir que tu mensaje llegue lo más lejos posible.

¿Cuál es la mejor forma de compartir?

Hacer uso de Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok o LinkedIn, así como tu propia lista de correo electrónico personal, es la base para cualquier campaña. Aprovechar estas redes puede convertir el reto en viral y ayudarte a conseguir incluso superar el objetivo de recaudación.

Consejo:

Elabora un calendario editorial e involucra a tu audiencia informándoles de la creación del reto y su avance. Entérate de las franjas horarias en la que tus seguidores suelen estar conectados y aprovecha entonces para realizar tu publicación.



Intenta que tus mensajes calen en la audiencia. También puedes acudir a influencers para que te ayuden a difundir el mensaje.



WhatsApp y los mensajes de texto siguen siendo una forma muy exitosa de transmitir el mensaje, siempre y cuando no caigamos en el error de mandar mensajes estandarizados.

Tómate tu tiempo en seleccionar aquellas personas más cercanas a ti y a la causa para dedicarles un texto personalizado. Los amigos cercanos y familiares siempre son más propensos a donar, así que involúcrales desde el principio y así la gente verá que la causa ya cuenta con apoyo.

El blog o la web también pueden ser unos medios muy eficaces para hacer llegar el mensaje de forma generalizada.

No olvides animar a tus donantes a que compartan también esta información en sus redes.



← RETOS

¡ENCIENDE SALUZ!

El Hospital Saint Joseph de Bébédjia se ha quedado sin electricidad.
¡Ayúdanos a devolver la luz a nuestro hospital hermano!



RECAUDADO

9.100€

OBJETIVO

14.091€

DONATIVOS

107

FALTAN

65 días

65%

A FAVOR DE



FUNDACIÓN EL COMPROMISO

+ DONA

Tu aportación tiene beneficios fiscales de hasta el 80%

RETO LIDERADO POR



Fundación el Compromiso

CATEGORÍA

SALUD INFANCIA

COOPERACIÓN INTERNACIONAL

COMPARTE ESTE RETO



Publicado: 7 Sept. 2020

Incluye widgets de las distintas formas de compartir

Por último, el e-mail y los medios de comunicación también pueden servir para lograr tu fin con éxito.

Te recomendamos que personalices el e-mail que se manda automáticamente desde www.migranodearena.org y de esta manera harás tu mensaje más cercano y menos frío.

Los medios de comunicación están interesados en contenidos solidarios, ¡te lo garantizamos!

Eso sí, has de investigar en qué medios y perfiles debería anunciarse tu historia para que tenga consonancia con tus valores y no quede diluido en un público al que no interesa.

¿Cada cuánto tiempo has de comunicarte con tu audiencia?

Hay cinco eventos que has de comunicar sin excepción:

1. El lanzamiento de la campaña



2. Meta intermedia
3. Recta final
4. Objetivo conseguido o campaña finalizada
5. Agradecimiento

Privacidad y consentimiento

Al comunicarte con tu red de contactos has de respetar sus preferencias de comunicación y cerciorarte de que tienes permiso para contactarles.

Unos breves consejos antes de empezar...

1. Expón tu objetivo claramente y en primer lugar para que la gente entienda perfectamente por qué es importante la causa y que nos ayuden a conseguirlo. El material con la imagen de Cudeca que ponemos a tu disposición te ayudará.
2. Introduce la causa benéfica en tu día a día. Todas las actividades particulares o empresariales son susceptibles de tener un componente solidario.
3. ¡No tengas miedo a pedir dinero! La causa que estás defendiendo es justa y se merece tener el apoyo de la gente.
4. Sé todo lo creativo que puedas y no dudes en proponer cualquier idea.
5. Identifica a tu público y fija una meta. Establecer cuánto pretendes recaudar, ayuda a llegar más lejos, a fijar tiempos, a ser más consciente y por tanto más realista. También te ayudará invertir tus esfuerzos en las personas con intereses similares.
6. Encuentra la iniciativa con la que te sientas más a gusto. Tanto en la temática como en la envergadura, haz que sea fácil y divertido.
7. ¡No te desanimes! No todo el mundo es sensible a las mismas cuestiones por lo tanto no decaigas si una persona dice “no”.
8. Difunde tu mensaje. Utiliza todos los medios que tengas a tu disposición para compartir la causa.
9. Agradece la colaboración que cada uno haya podido realizar. De esta manera reforzarás su alegría por haberte ayudado y será más fácil que lo vuelvan a hacer.
10. Y sobre todo ¡disfruta!



Puntos a tener en cuenta

Una vez que has llegado hasta aquí, queremos expresarte nuestro agradecimiento por tu colaboración y que sepas que cuentas con todo nuestro apoyo para que la realización del evento sea todo un éxito.

A continuación, te queremos comentar ciertos aspectos en los que tendrás que poner atención para que todo vaya sobre ruedas.

- Si tu iniciativa se trata de una **recaudación de fondos en un lugar público**, debes saber que has de contar con el permiso de las autoridades competentes. Para ello, ponte en contacto con las autoridades locales e infórmate sobre los permisos, licencias o gestiones que deberás realizar previamente.
- Si por el contrario se trata de una **recaudación de fondos en un lugar privado** (por ejemplo en un establecimiento comercial o en tu oficina) debes tener el permiso del dueño. No te olvides también de comprobar que se cuente con un seguro de responsabilidad civil.
- Sabemos que compartimos la preocupación por el cuidado del medio ambiente. No obstante, nos gustaría que pusieras atención a este punto para que el evento se lleve a cabo con el mínimo **impacto medioambiental** posible.
- Si la iniciativa incluye comida y/o bebida, ¿qué os parece inclinarnos por productos locales o de comercio justo y ecológicos?
- Si optáis por un evento físico, siempre respetando todas las medidas sanitarias, asegúrate de que el espacio sea fácilmente accesible en transporte público y en transportes alternativos no contaminantes como la bicicleta.
- Y por último, a la finalización del evento no te olvides de dejarlo todo recogido, usando productos de limpieza que respeten el medio ambiente y gestionando los residuos de la forma correcta para su reciclaje.

Imagen de Cudeca

Tenemos una imagen que nos identifica como organización. Es por eso que cada iniciativa que realices debe ir acompañada por alguno de los elementos de la campaña.

Para cualquier consulta acerca de la organización de una iniciativa solidaria y uso de la imagen Cudeca, dirígete a la Depart. De Comunicación y Capt. De Fondos en eventos@cudeca.org – 952 564 910.

Contamos contigo para hacer el mejor uso posible de nuestra imagen, ¡nuestra credibilidad está en tus manos! **¡Muchas gracias de antemano!**

