ais

AYUDA
A LA INFANCIA
SIN RECURSOS

IMPACTO, EVALUACIÓN Y REDES SOCIALES

2019

www.aisayuda.org

ais ayuda

IMPACTO

REDES SOCIALES

EVALUACIÓN

2019

LA COMUNICACIÓN
EN AIS AYUDA

www.aisayuda.org

CONTENTS

2 **PRESENTACIÓN**
La comunicación de AIS AYUDA

3 **EL IMPACTO EN RRSS 2019**
Público objetivo y tipo de contenido

10 **PUBLICACIONES DESTACADAS EN REDES**

17 **EL IMPACTO DEL SITIO WEB**
Breve análisis del sitio web: datos y mejoras

19 **CAPTACIÓN DE FONDOS**
Campañas de marqueting, productos solidarios e impacto social

25 **ALGUNOS PROYECTOS EN REDES**
Ejemplos de algunos proyectos de AIS en las redes

30 **CONCLUSIONES INTERNAS**
Valoración final. Puntos positivos y puntos a mejorar

31 **EVALUACIÓN EXTERNA**
Qué nos dicen las familias, los usuarios/as y voluntarios/as sobre cómo podemos mejorar.

La comunicación en *ais ayuda*

La comunicación es AIS AYUDA es sinónimo de transparencia, sensibilización y difusión. A través de los diferentes canales de comunicación se busca dar visibilidad al colectivo de personas con diversidad, sensibilizar la sociedad, mostrar la autenticidad de la misión y su valor y seguir creciendo con la ayuda de nuevos colaboradores. En definitiva, **provocar un impacto en la sociedad, un cambio que nos acerque más a una sociedad inclusiva.**

el impacto en las redes sociales

ais

AYUDA
A LA INFANCIA
SIN RECURSOS

1009
Fans

527
Seguidores

556
Seguidores

13.750
VISITAS A LA WEB

32,7%
Índice de apertura de la newsletter

4.451
Impresiones en Youtube

MUCHAS PUBLICACIONES SEMANALES

Mejoras en el sitio web

Campañas de captación de fondos

SOCIAL MEDIA EN NÚMEROS

POSICIONAMENTO

Organización sin ánimo de lucro que trabaja para mejorar la calidad de vida de personas con discapacidad y sus familias a través del voluntariado.
Atributos de la marca: solidaridad, positivismo, altruismo, alegría.

Público objetivo

El carácter de nuestro target es muy variado. Los usuarios más activos en redes sociales son las personas voluntarias, los/as cuidadores/as y las familias beneficiarias, pero además hay una actividad relevante con las empresas colaboradoras y con otras entidades del sector. La fórmula encontrada para llevar a cabo una comunicación más eficaz es la segmentación por redes.

Gracias al análisis realizado de forma anual podemos saber qué canal es más utilizado por cada uno de estos tipos de usuario y enfocar el mensaje desde esta perspectiva. Por ejemplo, en Instagram sabemos que el rango de edad predominante es de 18-34 años y el tono es mucho más informal. La publicación en esta red en la que los más jóvenes son los principales actores es más cercana y de lectura rápida, muy visual y, en ocasiones, con un tono desenfadado o humorístico. En Twitter es muy diferente porque es el canal desde el cual llegamos a más entidades y se percibe una mayor seriedad. Y Facebook se sitúa en un punto medio y el contenido es el más variado de todos, al igual que el público que lo recibe.

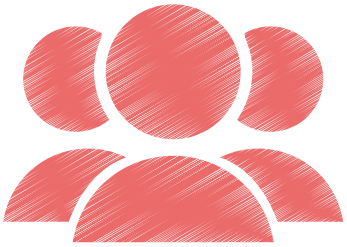
Facebook, Instagram y Twitter son las tres redes principales y se utilizan de forma complementaria. La información principal se suele lanzar en las tres redes. No nos preocupa demasiado la saturación de información, pues, como explicamos, sabemos que cada usuario suele utilizar más una red que otra y, si lo hace y nos sigue en las tres redes es porque es un auténtico fan al que no le molestará consumir en alguna ocasión la misma información tres veces.

A continuación detallaremos cómo es el público al que nos dirigimos en cada red social según los resultados obtenidos gracias a herramientas de análisis como Google Analytics, Facebook Analytics, Twitter Analytics, Hootsuite y Estadísticas de Instagram.

Familias

Voluntarios/as

Cuidadores

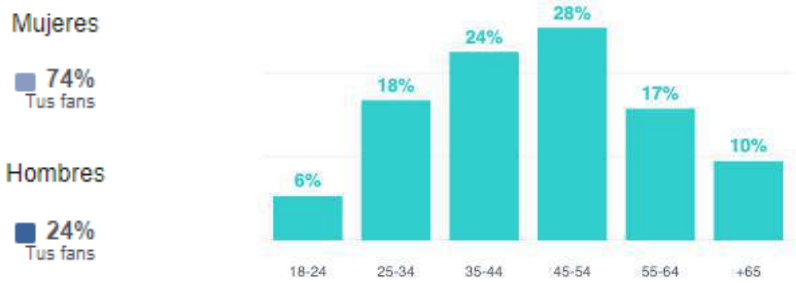


Empresas

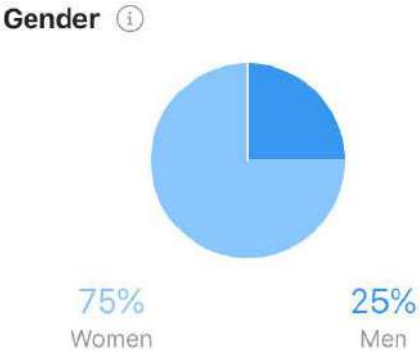
Colaboradores

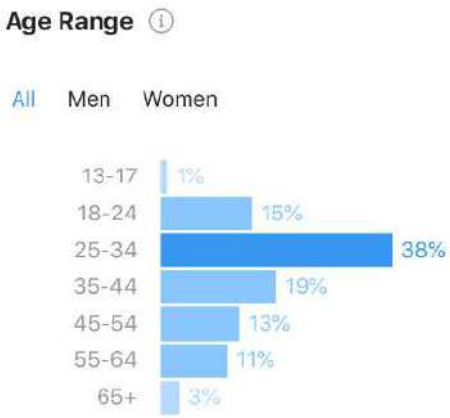
Entidades Tercer Sector

En **Facebook** predomina el público femenino (74%) frente al el masculino (24%). Por otro lado, más de la mitad del público se encuentra entre los 35 y los 54 años (52%).



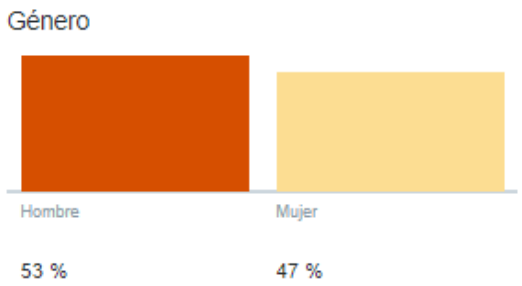
Instagram tiene unos resultados muy diferentes, sobre todo en cuanto a la franja de edad. En esta red social la gran mayoría de usuarios se encuentra entre los 25 y los 34 años, algo superior al año anterior en el que el rango de edad de 18 a 24 años era inferior al de 35-44 años. Por otro lado, el porcentaje de mujeres sigue siendo considerablemente superior al de hombres.

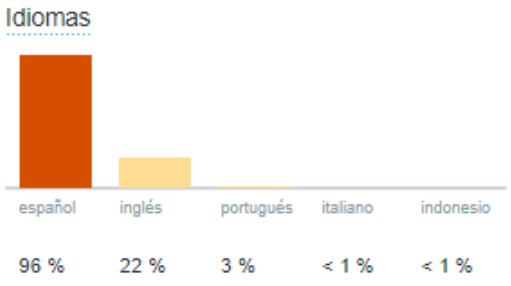




Idioma	Tus fans
Español (España)	418
Español	387
Catalán	106
Inglés (Reino Unido)	41
Inglés (EE.UU.)	29
Italiano	6
Portugués (Brasil)	3
Rumano	2

Esta hegemonía del público femenino disminuye radicalmente en **Twitter,** donde los porcentajes por sexos están más igualados que en el resto de redes. Es destacable que, en el último año, el número de hombres ha aumentado en un 2,5% marcando una mayor diferencia respecto a los análisis de años anteriores. Y en cuanto al idioma, prevalece el castellano en todas las redes, pero en Twitter como en ninguna otra.

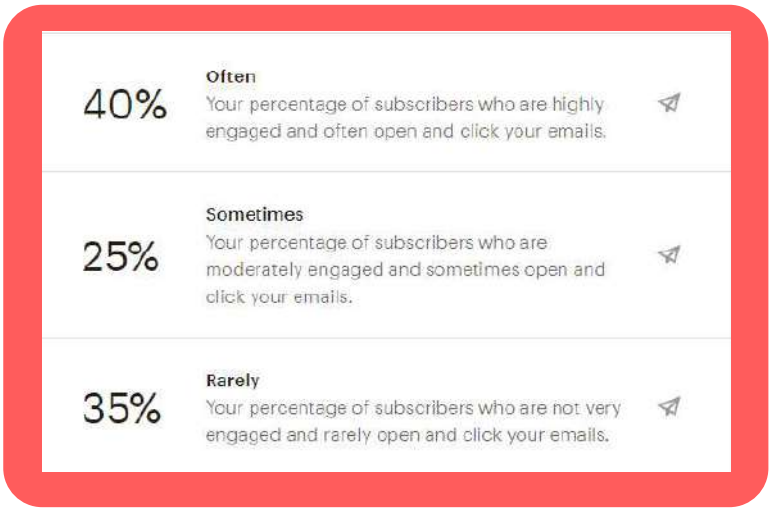


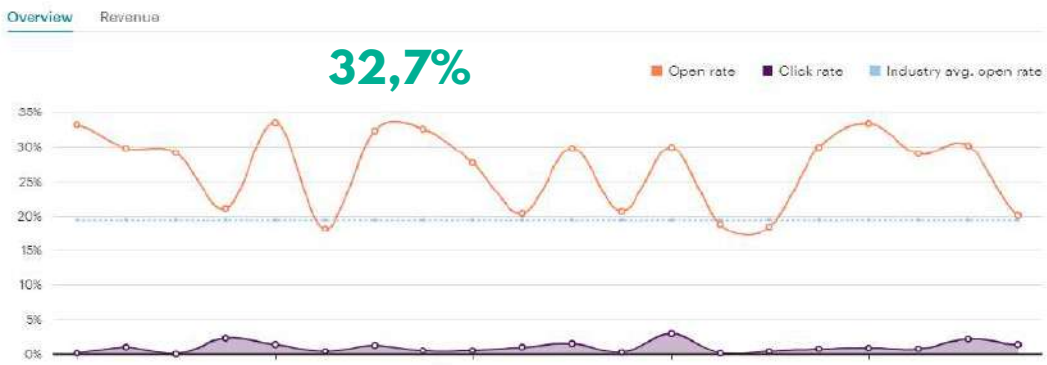


Otro medio de comunicación importante es el **mailing masivo** para el cual se utiliza **Mailchimp**. Con esta herramienta de difusión hacemos llegar la newsletter mensual a un público muy variado (empresas, voluntarios, centros, fundaciones, familias) y compartimos la información más relevante sobre las actividades y novedades de la organización.

Tras la renovación de la base de contactos de 2018 con la nueva ley RGPD, que supuso un gran esfuerzo y tiempo de dedicación, hemos conseguido nuevos contactos que nos han dado el consentimiento de recibir nuestra información y, al mismo tiempo, hemos actualizado muchos contactos antiguos.

Actualmente contamos con una audiencia de más de 1900 contactos que reciben la newsletter. Valoramos la calidad por encima de la cantidad. Ahora tenemos muchos menos contactos disponibles que hace dos años, pero la comunicación es mucho más eficaz. El porcentaje de apertura del mail es superior al 32,7% y podemos asegurar que el grado de fidelidad es alto gracias a los siguientes datos: el 40% abre a menudo la newsletter.





¿Por qué tenemos redes sociales?

La pregunta debería ser cómo no tener redes sociales. Una entidad social como AIS AYUDA que busca mostrar una imagen familiar, cercana y transparente necesita apoyarse en canales de difusión con los que pueda para dar a conocer su labor, tener un impacto en la sociedad y fidelizar y ampliar su red de colaboradores. Tenemos que **estar donde está la gente para llegar a la gente y aprovechar las herramientas que están a nuestro alcance para crecer.** Como ahora se suele decir, en redes sociales todos tenemos los mismos metros cuadrados. Haciendo un buen uso de las nuevas tecnologías pordemos ser muy competitivos y llegar muy lejos.

¿Qué tipo de contenido interesa?

Como se ha visto en el apartado anterior, pensamos un tipo de contenido para cada tipo de público. Nos fijamos en la respuesta que nos dan los seguidores y en qué contenido prefieren los usuarios de una red y otra.

En **Instagram** funcionan muy bien los post de carácter más humano. La gente vibra con las historias que siente cerca. Los testimonios, las salidas de ocio inclusivo, las frases motivaciones, los éxitos. Este tipo de contenido más ligero y familiar es el que recibe mejor respuesta en esta red.

En **Twitter**, procuramos dar feedback a otras entidades y empresas que publican contenido de valor e información útil y de carácter más profesional: artículos, noticias, historias con un punto reivindicativo. Este tipo de publicaciones logra un mayor alcance.

En **Facebook** compartimos contenido mucho más variado que en las dos redes anteriores. Facebook es la red social más eficaz hasta el momento. Los artículos de actualidad y el contenido de sensibilización funcionan en este espacio mejor que en ningún otro. Facebook también se presta más que otras redes a compartir contenido de interés más concreto y a crear comunidad. Por todo esto **Facebook es la red en la que somos más activos y donde el alcance del contenido un mayor.**

Con el objetivo de establecer puntos de referencia para el 2020 se han analizado las **publicaciones más virales y los "me gusta"** del 2019 para así tener un mejor conocimiento del tipo de contenido que funciona mejor y saber qué es lo que que se espera de la organización en redes sociales.

PUBLICACIONES EN FACEBOOK

"Me gusta" en la página de Facebook de AIS. En este aspecto, hemos crecido un 8,6% respecto al año anteior alcanzando los 1009 usuarios únicos. Se ha de tener muy en cuenta que nunca promocionamos las publicaciones.

Alcance de la publicación

Las publicaciones oscilan entre los 50 y los 1216 *insights*, siendo los mejores días para publicar los lunes, miércoles y jueves, y la mejor hora de 8:30 a 15:00. Importante destacar que no existe nada pagado, **todo es orgánico**.

Top 3 Facebook

21 de octubre. III Torneo de Pádel Solidario.1216 insights!

18 de abril. Éxito de ventas por Sant Jordi. 595 insights!

2 de diciembre. Resumen AISNADAL. 589 insights!

1

AIS Ayuda a la infancia sin recursos
21 de octubre de 2019

Resumen del III Torneo de Pádel Solidario de AIS AYUDA: solidaridad, entusiasmo y buen pádel.

Gracias a todos las empresas solidarias por vuestras aportaciones. Padelindoor Granollers fue el espacio perfecto para la ocasión, el sorteo estuvo lleno de grandes sorpresas y a los jugadores no les faltó de nada para disfrutar de la experiencia.

Gracias a los voluntarios que estuvisteis ayudando en la organización, haciendo bocadillos, repartiendo camisetas, atendiendo a los juga...
Ver más

1216
Personas alcanzadas

155
Interacciones

10

3 veces compartido

2

AIS Ayuda a la infancia sin recursos
18 de abril de 2019

¡1.516 rosas y 579 packs de chocolatinas vendidas! Muchas gracias a todas las empresas que han decidido confiar y apostar por AIS AYUDA para hacer de este Sant Jordi una fiesta solidaria. Han colaborado: Carglass España, SOSMATIC, Refruiting, Leonardo Hotels, TurróBcn, Cuatrecasas, Nikon, ForceManager, Torras Asociados, Oximesa, Global Human Consultants, Affectio Group, IMG y MedSIR.

Por supuesto, queremos agradecer también a todos los voluntarios que han participado en la elaboración de nuestros productos solidarios estos días. Sin su ayuda no habría sido posible llegar a todos los pedidos. ¡Este éxito es por vosotros!

#inclusion #discapacidad #SantJordi #solidaridad #productossolidarios #ventas #rosas #libros #chocolatinas #ocio #respiro

3

AIS Ayuda a la infancia sin recursos
Publicado por Lourdes Arguila Huguet [?] · 2 de diciembre de 2019

Ja és desembre i a AIS AYUDA estem molt contents per haver ac
un any més, que tots als calendaris de Nadal hagin arribat al se
Escola Nadis - Sagrat Cor Sarrià, #EstimiaEscola, #EstimiaRis
#LlarsdeAmistat, #Cotolengo, #RefugiObreres, #Escorça i a
famílies i persones en risc d'exclusió social. La il·lusió amb la qu
persones han rebut aquest regal es pot veure als seus somriure
millor recompensa per tot el treball fet.

Moltes gràcies a totes les persones voluntàries que heu participat a AISNADAL aquests mesos. Gràcies als col·legis i centres educatius Sagrat Cor- Sarrià, Teresianas Ganduxer, St. Paul's School Barcelona, Salesians de Sarrià, UIC Barcelona, a les empreses col·laboradores #Lindt i Leonardo Hotel Barcelona Gran Via, empreses participants amb cooperacioninternacional.mx, al Centre Cívic Vallvidrera- Vàzquez Montalbán i a totes les persones solidàries que han donat el seu temps per unir-se a aquest repte. Som un gran equip! Fins l'any que vol

589
Personas alcanzadas

107
Interacciones

Promoción no disponible

17

1 comentario 6 veces compartida

Me gusta · Comentar · Compartir

Más relevantes

Comenta como AIS Ayuda a la infancia sin recursos

Ti Chi ¡A vosaltres sempre!

Me gusta · Responder · Mensaje · 8 s

Otras publicaciones destacadas en Facebook

Top 3 publicaciones en Twitter

AIS_Ayuda @aisayuda · 18 mar.
Comença aquesta setmana col·laborant amb la Fàbrica de Somriures!
Registra't a la web de @Teaming ! -->
teaming.net/aisayuda
Euro a euro. Gota a Gota.

#Donagotasdealegria
#voluntariosdeAIS #discapacidad #inclusion
#conuneuro pic.twitter.com/ws5HI3Hy0U

Ver la Actividad del Tweet

3.686

AIS_Ayuda @aisayuda · 18 mar.
Ante la actual polémica sobre la Escuela de #EducacionEspecial provocada por el CERMI (bit.ly/2FkVKqN) y algunas lecturas del Proyecto de Ley (bit.ly/2uc135t), desde AIS AYUDA mostramos nuestro apoyo tanto a la Educación Especial como a la #EducacionInclusiva. pic.twitter.com/rsRZUyrKkK

Ver la Actividad del Tweet

2.830

AIS_Ayuda @aisayuda · 14 mar.
¡Primer reto de #SantJordi conseguido gracias a la solidaridad de @OximesaNG Con su compra de 40 rosas y 40 chocolatinas hemos podido guiar al caballero hasta la meta de este primer laberinto! ¡Gracias!
¡Juntos el camino es más fácil! #retosolidario
pic.twitter.com/jolBmkHgL5

Ver la Actividad del Tweet

925

AIS_Ayuda @aisayuda · 15 mar.
Ahir vam donar acollida a part de la Comissió de Voluntariat de @_dincat a la seu d'AIS AYUDA. Amb les entitats @fundacioaspasim @Ampans #FundacioIris i #FundacioMasAlborna hem compartit noves idees que ens fan avançar a tots en la nostra missió. #JuntsSumem #treballenxarxa pic.twitter.com/5trwiS6ncl

Ver la Actividad del Tweet

767

1

AIS_Ayuda
@aisayuda
Comença aquesta setmana col·laborant amb la Fàbrica de Somriures!
Registra't a la web de @Teaming ! -->
teaming.net/aisayuda
Euro a euro. Gota a Gota.

#Donagotasdealegria
#voluntariosdeAIS #discapacidad #inclusion
#conuneuro

Traducir Tweet

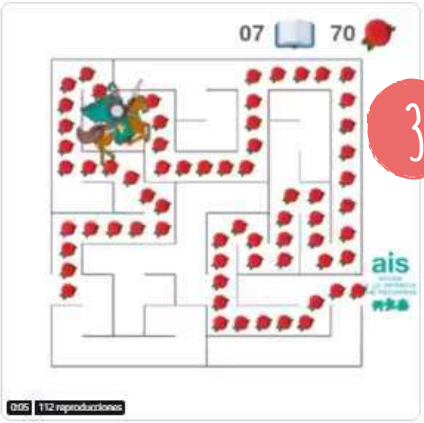
3:14 p. m. · 18 mar. 2019 · Twitter Web Client

2

AIS_Ayuda
@aisayuda
Ante la actual polémica sobre la Escuela de #EducacionEspecial provocada por el CERMI (bit.ly/2FkVKqN) y algunas lecturas del Proyecto de Ley (bit.ly/2uc135t), desde AIS AYUDA mostramos nuestro apoyo tanto a la Educación Especial como a la #EducacionInclusiva.

3

AIS_Ayuda
@aisayuda
¡Primer reto de #SantJordi conseguido gracias a la solidaridad de @OximesaNG Con su compra de 40 rosas y 40 chocolatinas hemos podido guiar al caballero hasta la meta de este primer laberinto! ¡Gracias!
¡Juntos el camino es más fácil! #retosolidario



8:34 a. m. · 14 mar. 2019 · Twitter for iPhone

Otras twits muy destacados

AIS_Ayuda @aisayuda · 24 abr. 2019
La presidenta de AIS AYUDA, Lourdes Arqués Huguet, ha hecho una entrevista hoy en el programa Ciutat Solidària de @OndaCero_cat. ¡Gracias por ayudarnos a difundir nuestra labor!

#inclusion #discapacidad

1

AIS_Ayuda @aisayuda · 15 mar. 2019
Ahir vam donar acollida a part de la Comissió de Voluntariat de @_dincat a la seu d'AIS AYUDA. Amb les entitats @fundacioaspasim @Ampans #FundacioIris i #FundacioMasAlborna hem compartit noves idees que ens fan avançar a tots en la nostra missió. #JuntsSumem #treballenxarxa

2 2

Otras publicaciones significativas en Twitter

AIS_Ayuda
@aisayuda

¡Muchísimas gracias a todas las personas voluntarias, a todos los #ReyesMajos de Miaportacion.org, a los tres fotógrafos , @crissmiro @jordigranyo y @AnaMartinez, por capturar todos esos momentos mágico. Podéis ver todas las fotos en este link: photos.app.goo.gl/zDw4zJJ8cu1UAe...

AIS_Ayuda @aisayuda · 5 dic. 2019
¡Seguimos preparando la Navidad! Hay muchos pedidos de cajas dulces y chocolatinas por entregar...pero contamos con muchas manos que ayudan. Aún estás a tiempo de realizar tu pedido solidario para estas fiestas. Visita nuestra tienda online aisshop.bigcartel.com

AIS_Ayuda @aisayuda · 4 abr. 2019
Aquesta setmana la seu d'AIS AYUDA està molt animada. Els tallers inclusius d'#Enrotllat continuen i la fàbrica de mones de Pasqua solidàries treballa sense descans gràcies a empreses solidàries, com @caixabank , que ens ajuden a crear il·lusió!
#TallersRSC
#EmpresesSolidaries

AIS_Ayuda
@aisayuda

Més de 500 #voluntaris donen suport a la col·lecta especial d'avui de @aeccbcn a Barcelona! Entre ells no podien faltar els d'AIS AJUDA. Us convidem a col·laborar amb aquesta campanya per millorar l'atenció de persones malaltes i la prevenció i recerca. #1minutcontraelcàncer

Traducir Tweet

AIS_Ayuda
@aisayuda

AIS_Ayuda @aisayuda · 12 jul. 2019
Hoy desayuno solidario en @PPG disfrutando del libro YoCocino, TuPintas. ¿Es tu empresa solidaria? ¿Aún no hacéis desayunos solidarios? Apúntate : voluntarios@aisayuda.org

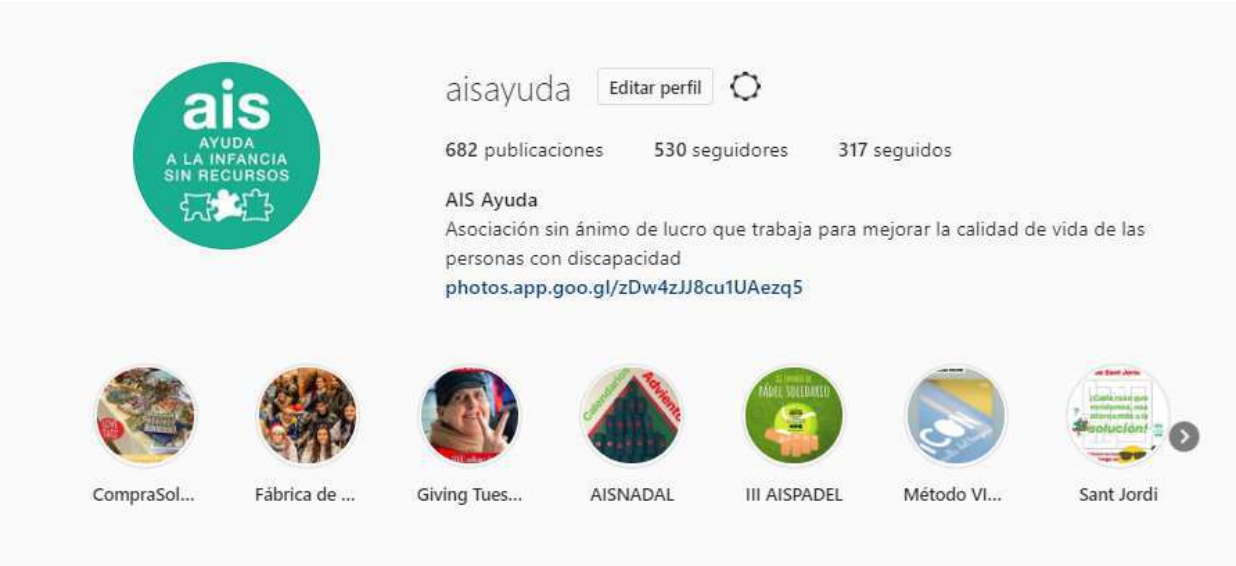
AIS_Ayuda
@aisayuda

Hoy AIS AYUDA se une al evento de #BakerMckenzie "Have a healthy day" organizado por @Refruiting . Diversas actividades relacionadas con la salud, buen ambiente y un toque solidario. ¡No podía faltar nuestro #memory con los dibujos de #YoCocinoTuPintas !Have a nice weekend!

Publicaciones en Instagram: 210 posts

Un año más la publicación más exitosa corresponde a la de la salida de Navidad, momento en el que participa un mayor número de personas y en el que contamos con fotógrafos profesionales voluntarios que capturan el momento. Además, entre el contenido publicado en esta red social, destacan los reconocimientos, las reflexiones, las actividades inclusivas y la campaña de Giving Tuesday.

COMPARTIR CONTENIDO EN TIEMPO REAL

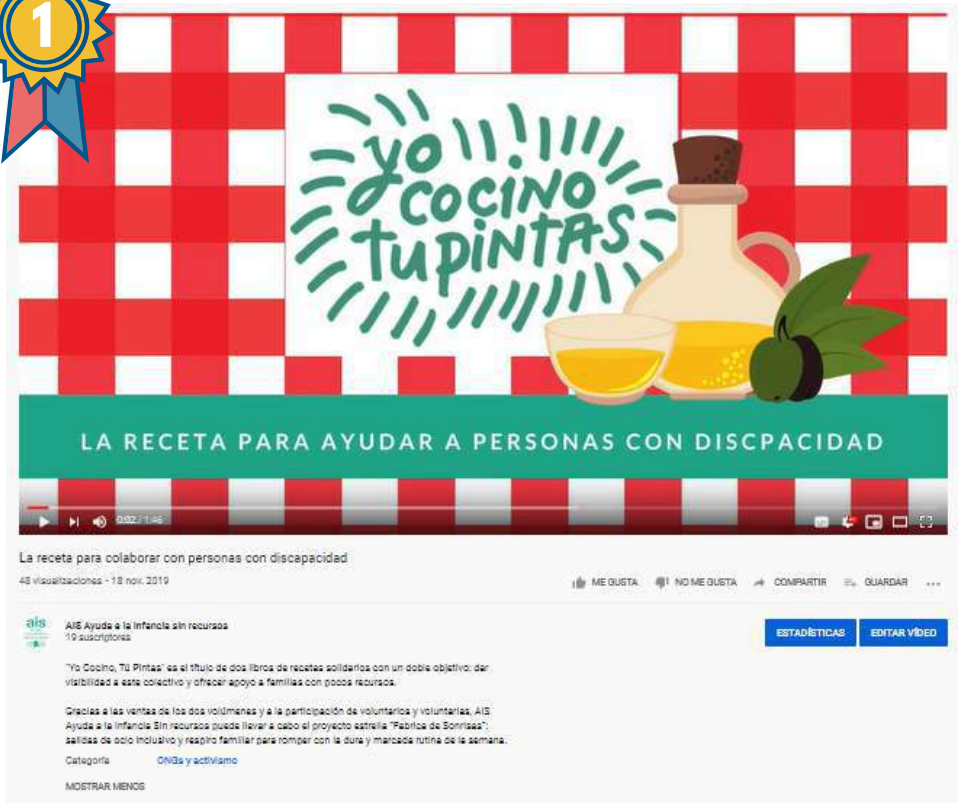


Este año, tras comprobar la buena respuesta que tienen los ***stories*** de Instagram entre los usuarios de esta red, hemos publicado mucho más contenido de este tipo. Esta información, que acentúa la faceta más visual que caracteriza a esta red social, es especialmente útil en eventos sociales, actividades extraordinarias o momentos puntuales en los que se requiera una mayor participación. La volatilidad de este contenido transmite la urgencia y la emoción del momento. Para las campañas de sensibilización y captación hemos utilizado esta herramienta y hemos aumentado así el alcance de las publicaciones.

Algunos ejemplos

De izquierda a derecha: semana de mercadillos solidarios, Torneo de Pádel Solidario, taller solidario de sensibilización y campaña de captación para el Giving Tuesday.

Nuevos vídeos en Youtube

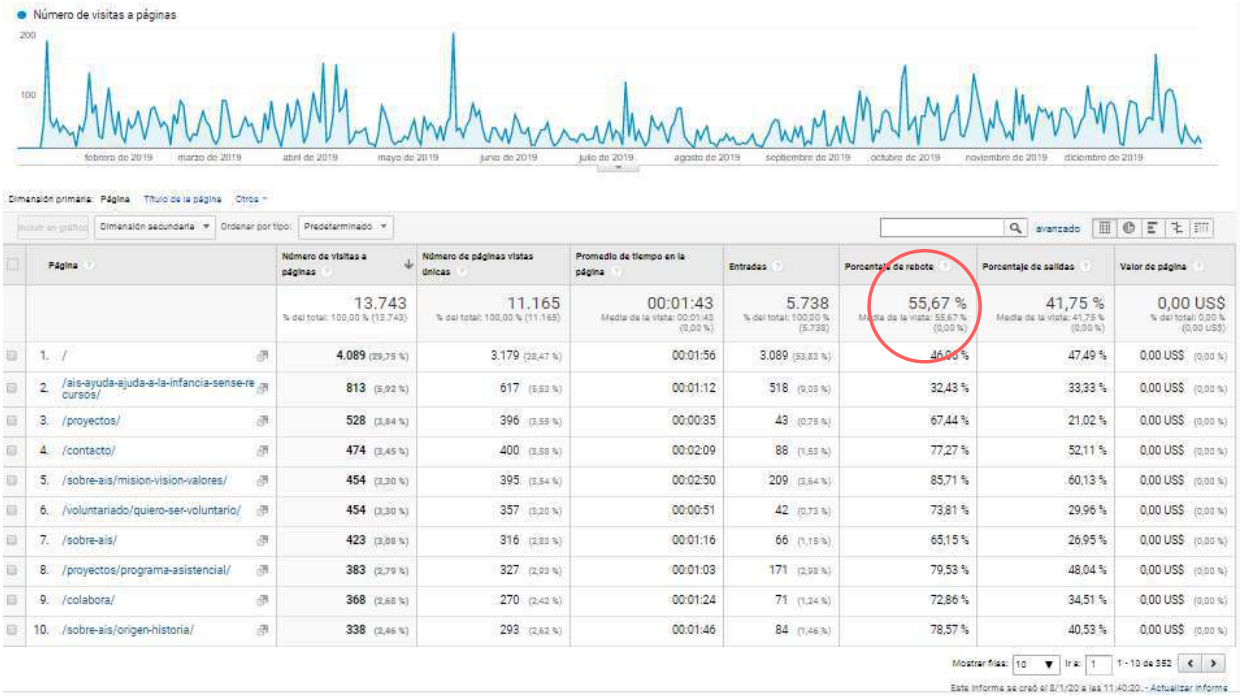


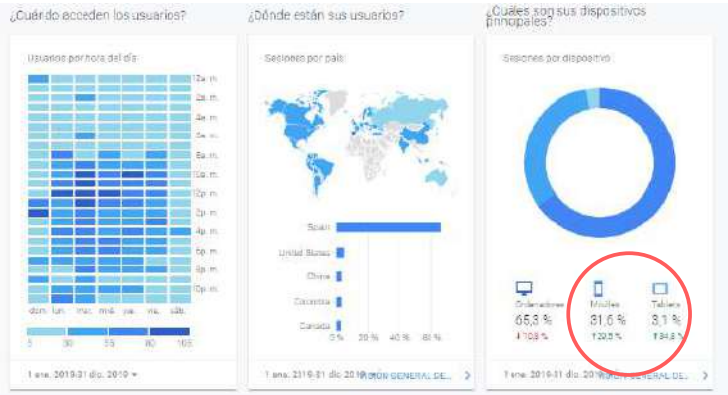
Nuevos vídeos en el canal de Youtube de @aisayuda para apoyar las campañas de captación de fondos. El objetivo es aumentar la producción de vídeos y mejorar la calidad de estos para abrir una nueva vía eficaz y atractiva de compartir información.

www.aisayuda.org

El impacto del sitio web

13.750 visitas y 4.319 usuarios nuevos





El consumo de información desde dispositivos móviles y tablets aumenta cada año. Debemos seguir mejorando en este punto para que el sitio web sea más responsive y de esta forma mejore también la experiencia de usuario.

www.aisayuda.org

MEJORAS DE DISEÑO WEB

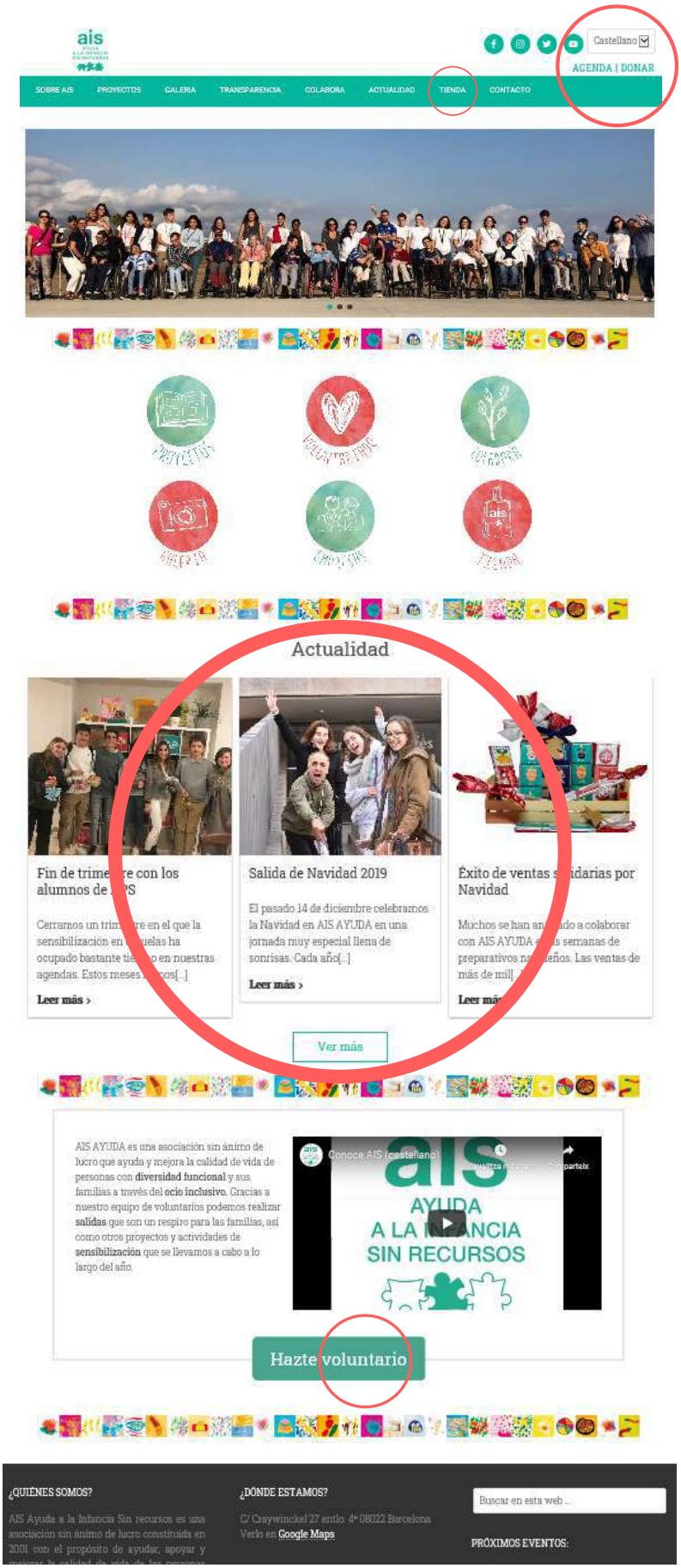
Las mejoras del sitio web han aportado una mayor usabilidad, facilitando la búsqueda del contenido de interés para el usuario y dando a conocer muchas de las actividades de la entidad.

El nuevo apartado de actualidad ofrece información útil e interesante tanto para los nuevos como para los ya participantes. No solo es una ventana desde la cual mostrar qué se hace en la entidad en cada momento, sino también el esfuerzo por cuidar la transparencia.

Gracias al buen posicionamiento y a la información facilitada empresas han contactado para hacer colaboraciones y actividades solidarias.

CAMBIOS

Entre las mejoras técnicas podemos destacar la creación de botones para cambiar de idioma, para donar y para contactar de manera más fácil. La introducción de texto y contenido multimedia en la Home también es un punto positivo en la primera impresión que se lleva el usuario y el posicionamiento.



el impacto de la captación de fondos

VENTAS

CAMPAÑAS DE CAPTACIÓN

IMPACTO SOCIAL

Captación de fondos

1. Productos solidarios de AIS AYUDA: libros de recetas ilustrados, rosas de Sant Jordi, cajas dulces pintadas a mano, cajas de Halloween, packs de chocolatinas de Navidad.
2. Torneo de Pádel Solidario.
3. Mercadillos solidarios de Navidad y mesa en Sant Jordi.
4. Recaudación en empresas solidarias.
5. Desayuno solidario en empresas.

La captación de fondos sirve para apoyar todos los proyectos de la entidad y, manera especial las salidas de ocio inclusivo con personas con diversidad funcional.

Impacto Social

Para la última campaña de captación de fondos de Navidad hemos introducido una nueva acción de transparencia con el fin de involucrar a las personas colaboradoras y aportar valor a cada gesto solidario. Todas las personas que han comprado productos solidarios durante el mes de diciembre han visto su donación transformada en una ayuda concreta a personas con discapacidad de la entidad.

Campaña de captación de Giving Tuesday

El 3 de diciembre de 2019 fue doblemente especial por el hecho de coincidir el Día Internacional del Día de la Discapacidad y la celebración mundial del Día para Donar conocido como Giving Tuesday.

Para este día se organizó toda una campaña que comenzó los días previos con la publicación de contenido informativo y de sensibilización. El objetivo: dar visibilidad y motivar a la captación de fondos a partir de la venta de libros solidarios.

La respuesta fue muy positiva. Se consiguió una mayor participación en redes durante esos días y una recaudación de 566€ el 3 de diciembre, punto álgido del movimiento mundial del "día para dar".

Además, se realizaron publicaciones de sensibilización y acciones en medios de comunicación en medios como RNE, en el programa "Un mon possible" de con Olga Rodriguez, Onda Cero o La Vanguardia.

Sólo un día para dar

LOURDES ARGUÉS HUGUET. BARCELONA
03/12/2019 00:51
Actualizado a 03/12/2019 00:51

Estos días hemos oído hablar mucho en los medios del *black friday* y el *cyber monday*. El pasado martes fue el *giving tuesday*: un día para dar, y sorprende que en la mayoría de los informativos no se hablara de ello. Vivimos en un mundo movido por el consumismo y tan sólo un día al año es para ayudar, donar, colaborar y pensar en aquellos que nos rodean y que tienen grandes carencias, dificultades, enfermedades... ¿Tan poco valor o interés despiertan los colectivos con necesidades, las entidades sin ánimo de lucro que trabajan apoyadas por voluntarios, que no se merecen ni unos segundos en los informativos? Les dejo esta reflexión y les pido que nos ayuden a hacer visible lo invisible.

AIS AYUDA en los medios comunicación

Radio Nacional de España
La Vanguardia

Campaña de CAPTACIÓN DE FONDOS del III Torneo de Pádel Solidario

Algunas publicaciones de promoción de empresas colaboradoras y patrocinadores del evento.

Publicaciones de difusión del evento en si mismo.

Agradecimientos y publicaciones posteriores al evento. El objetivo de esta campaña es la captación de fondos y la difusión de nuestra misión en nuevos públicos a los que normalmente no nos dirigimos. A través del deporte llegamos a nuevos voluntarios y colaboradores.

Campaña de CAPTACIÓN por Sant Jordi

Se promueve la venta de rosas solidarias y chocolatinas por Sant Jordi. Se publican retos y ventas destacadas, agradecimiento a empresas colaboradoras, talleres solidarios y acciones puntuales con motivo de esta fiesta señalada en Barcelona. La participación y las ventas este 2019 alcanzaron las cifras más positivas hasta el momento.

proyectos en la red

ENROTLLA'T

AISNADAL

SUEÑOS COMPARTIDOS

RESPIRO Y OCIO INCLUSIVO

ENRÓLLATE

1. Taller solidario en un centro cívico
2. Taller en la sede de AIS AYUDA con jóvenes universitarios y voluntarios de todas las edades.
3. Taller inclusivo en colegios
4. Taller con un grupo de voluntarios de una empresa.

Enróllate

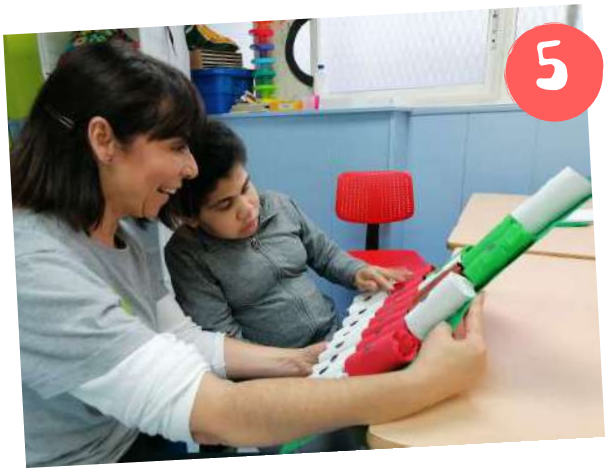
Algunas Publicaciones del proyecto Enrotlla't

RESPIRO Y OCIO INCLUSIVO

1-5. Momentos de ocio inclusivo compartidos entre personas con diversidad funcional y personas voluntarias en momentos y lugares diferentes: Alella, Barcelona, Comarruga, Hostalrich, Aiguafreda.

Algunas Publicaciones de Respiro y Ocio Inclusivo

AISNADAL



1. Un niño pequeño participa en el proyecto. Desde los 3 años se pueden hacer cosas, como reciclar rollos de papel.
2. Una voluntaria veterana realiza un calendario junto a otra voluntaria de una residencia de ancianos.
3. Taller inclusivo en la residencia Estimia en colaboración con colegios y universidades.
4. Taller solidario con grupos de empresas.
5. Un niño con diversidad funcional recibe el regalo de un calendaio de Adviento solidario.

AIS NADAL

Algunas Publicaciones del proyecto AISNADAL

Sueños Compartidos

1-6 Actividades con voluntarios jóvenes que colaboran en los diferentes proyectos de AIS AYUDA.

Algunas Publicaciones de Sueños

Conclusiones

2019 ha sido un año en el que ha aumentado mucho la captación de fondos a partir de la venta de productos solidarios y en el que se han organizado muchas actividades solidarias en colaboración con empresas. Detrás de todas estas acciones solidarias ha habido una importante labor de comunicación gracias a la cual se ha hecho difusión y se ha proporcionado información útil a los colaboradores. La comunicación para AIS es **transparencia, sensibilización, captación, motivación, fidelización**. A través de diferentes canales de comunicación cuidamos la reputación corporativa, fomentamos una educación en valores, visibilizamos las capacidades y necesidades del colectivo de personas con diversidad funcional y motivamos a públicos muy diversos a que participen en acciones solidarias. No podemos prescindir de la comunicación ni de la presencia en el mundo digital: si no estás, no existes.

Gracias a las publicacione a través de los diferentes canales de difusión, los que ayudan ven los resultados de sus aportaciones, los que quieren ayudar encuentran maneras de hacerlo y las entidades del sector reciben información que puede ser útil y de la que pueden surgir sinergias muy positivas para ambas partes. En este análisis medimos de una forma generalizada pero real la respuesta que tienen todas esas publicaciones y comprobamos la necesidad de seguir en varios canales de comunicación para llegar a los diferentes públicos a los que nos dirigimos.

Destacamos las **campañas de Sant Jordi y de Navidad, el Torneo de Pádel Solidario y la captación de fondos a través de Teaming.** En total, XXXX recaudados de toda una serie de actividades solidarias que no serían posibles sin el apoyo de la comunicación. Desde el dep. de Comunicación se promueve la participación en las salidas, en los mercadillos solidarios, la asistencia a conciertos...y se demuestra que **la acción social de AIS AYUDA consigue un impacto en la sociedad.**

Se han vendido miles de rosas de Sant Jordi, packs de chocolatinas navideñas y cajas dulces hechas con hueveras recicladas y pintadas a mano. Además, hemos realizado más talleres solidarios con empresas, sesiones de Teambuilding y campañas de captación de fondos para la Fábrica de Sonrisas. Cada uno de estos éxitos es fruto del trabajo de todo el equipo de AIS AYUDA y van acompañados de **publicaciones en redes, carteles, una newsletter y un sitio web que aportan la credibilidad y la información necesaria** para confiar en la entidad.

Pero siempre hay que estar en actitud de mejora, debemos buscar la mayor eficacia posible y hacer el esfuerzo de llegar a nuevos públicos. Un porcentaje muy elevado de las personas que llegan a AIS AYUDA lo hacen a través de conocidos y antiguos voluntarios. Muchos se van y vuelven. Hay un índice de fidelización muy alto y gran seguimiento por parte de todos aquellos que han colaborado en alguna ocasión y no descartan volver a hacerlo si tienen ocasión. Eso es muy positivo y por este motivo también es importante mantenerse presentes de alguna forma y que la gente nos recuerde publicando con asiduidad en **Facebook, Linkedin, Twitter**, cuidando el sitio web y el envío de la newsletter. Pero hay que abrirse nuevos caminos y perseguir aumentar los fondos.

A día de hoy todas estas son herramientas más de sensibilización y de transparencia que de captar donantes. **En 2020 el objetivo será el de llegar a nuevos públicos y materializar de alguna forma la participación activa de tantos usuarios en la Intranet.**