

## OBSERVATORIO



CONSEJO PROFESIONAL DE  
RELACIONES PÚBLICAS  
DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

# PRÁCTICA DE RECAUDACIÓN DE FONDOS (*fundraising*)



**Mayo 2014**

**Integrantes**

**Líder de equipo:**  
**Gabriel Sadi**

**Coordinadora:**  
**Carla Tonella**

**Colaboradores:**  
**Luciana Accorsi**  
**Christian Correa**  
**Belén Frontera**  
**Florencia Guido**  
**Adrián Ostrosky**  
**Anahí Raimondi**  
**Carolina Rimoldi**

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

---

INTRODUCCIÓN	3
¿QUÉ SE PRETENDE OBSERVAR?	4
ACERCA DE AEDROS	6
ACTIVIDADES DE FUNDRAISING	7
1) Cuotas mensuales de socios	8
2) Donaciones de individuos, empresas y fundaciones	8
3) Servicios arancelados	9
4) Capacitaciones	10
5) Eventos	12
6) Campañas	14
OTRAS ACTIVIDADES/SERVICIOS	14
PÚBLICOS AEDROS	15
COMUNICACIÓN DE AEDROS	16
DESAFÍOS: OPORTUNIDADES Y AMENAZAS AL TERCER SECTOR	18
APORTES A LA PROFESIÓN	18
UN DÍA DE AEDROS EN LA PRÁCTICA DEL <i>FUNDRAISING</i>	19
CONCLUSIONES	20
ANEXO	22
BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA	27

## INTRODUCCIÓN

---

El presente documento detalla la información recabada en el proceso de observación del caso perteneciente a una organización del tercer sector.

El objetivo de esta observación es indagar las prácticas implementadas por AEDROS (Asociación de Ejecutivos en Desarrollo de Recursos para Organizaciones Sociales), en lo que respecta a la recaudación de fondos (*fundraising*).

La elección de esta entidad se realizó por tratarse de una organización que nuclea a todos aquellos profesionales e involucrados en dicha práctica, lo que la posiciona como posible referente de estrategias por seguir en lo que respecta al *fundraising*. En ese marco, se buscó reconocer dentro de la profesión de las Relaciones Públicas, las distintas estrategias que se implementan en lo que respecta a la recaudación de fondos a partir de la realidad concreta de esta organización.

Resultó primordial conocer la situación actual con la que se enfrenta AEDROS en la práctica de la recaudación de fondos, como un aporte respecto de las posibles oportunidades y amenazas con las que otra práctica de *fundraising* puede encontrarse.

Para ello, fue necesario identificar las distintas herramientas que implementan a la hora de recaudar fondos y sus modos de difusión a los empresarios, directivos del 1.º, 2.º y 3.º sector, emprendedores sociales, profesionales interesados, voluntarios u otras personas de la sociedad civil.

Este abordaje fue nutrido con una búsqueda exhaustiva de información, contrastación de datos y recabado de testimonios en primera persona, en este caso, de la directora ejecutiva de AEDROS.

La dinámica de trabajo se estableció definiendo grupos, roles y asignaciones de tareas particulares para organizar el proceso de búsqueda y análisis de la información, estipulando tiempos para cada actividad.

Se pretenden alcanzar los objetivos planteados en el desarrollo de la observación y realizar un aporte de interés a la práctica de las relaciones públicas en lo que refiere al *fundraising* desde la perspectiva de una organización de la sociedad civil.

## ¿QUÉ SE PRETENDE OBSERVAR?

---

Se pretenden observar las prácticas implementadas por AEDROS (Asociación de Ejecutivos en Desarrollo de Recursos para Organizaciones Sociales) en lo que respecta a la recaudación de fondos (*fundraising*), dado que al ser la organización que nuclea a todos aquellos profesionales e involucrados en dicha práctica, se la estima como posible referente de estrategias a seguir en la práctica del *fundraising*.

En función de lo abordado, los objetivos que se desprenden son:

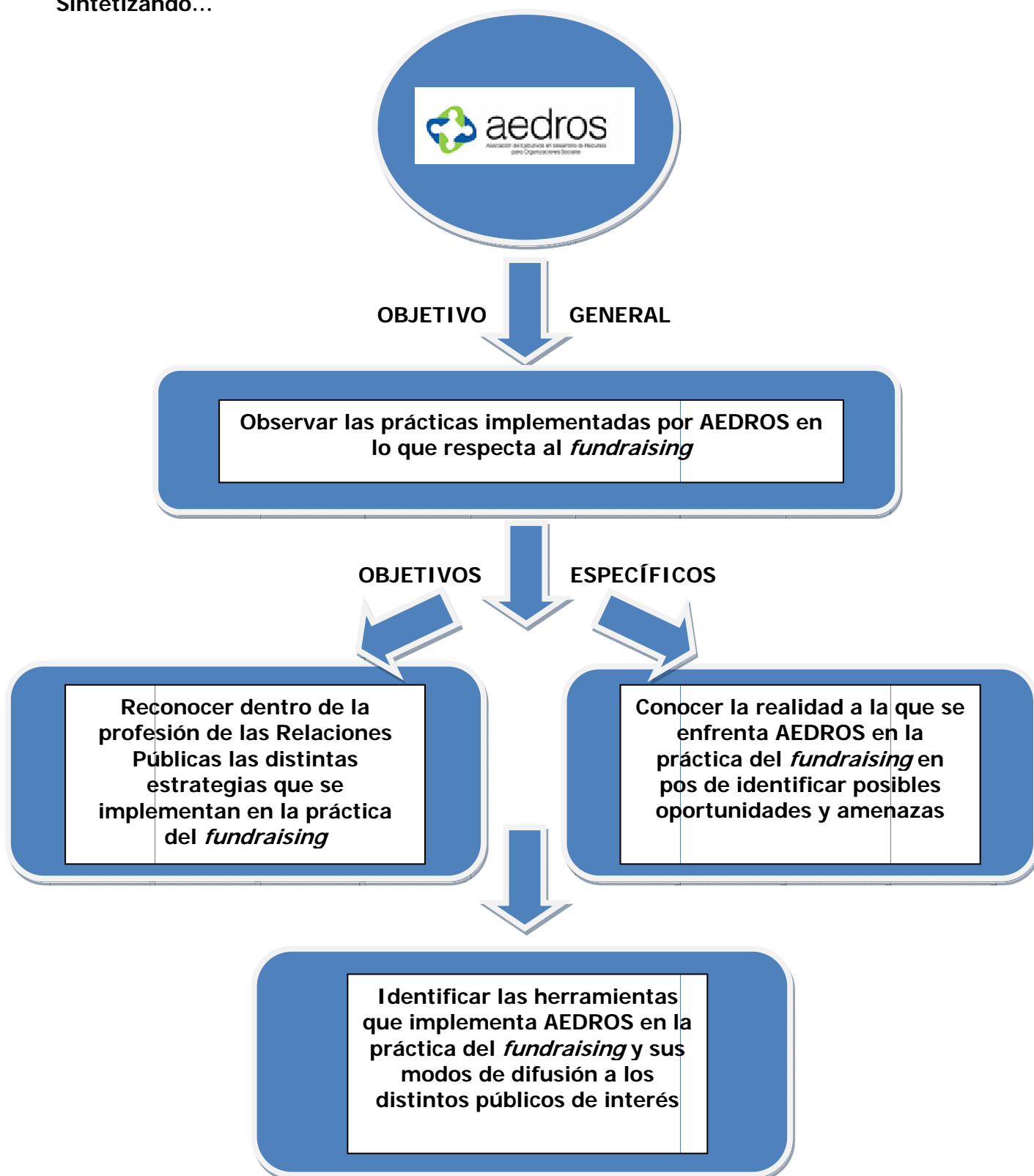
-Reconocer las distintas estrategias que se implementan en la práctica del *fundraising* a partir de la realidad concreta de una organización que nuclea a aquellas personas u organizaciones dedicadas a la práctica de la recaudación de fondos, como es el caso de AEDROS.

-Conocer la realidad con la que se enfrenta AEDROS en la práctica de la recaudación de fondos como un aporte respecto de las posibles oportunidades y amenazas con las que otra práctica de *fundraising* puede encontrarse.

-Contribuir con la identificación de las distintas herramientas que implementa AEDROS a la hora de recaudar fondos y sus modos de difusión a los empresarios, directivos del 1.º, 2.º y 3.º sector, emprendedores sociales, profesionales interesados, voluntarios u otras personas de la sociedad civil.



Sintetizando...



## ACERCA DE AEDROS

---

AEDROS es una asociación civil constituida en 2001, con el objetivo de nuclear a quienes desarrollan la actividad de recaudar fondos para causas sociales y de bien público en la Argentina (*fundraising*).

AEDROS es también un espacio referente no sólo para aquellos que se dedican al desarrollo de recursos sino también para quienes velan por el financiamiento de las organizaciones sociales y la práctica responsable de la filantropía. En AEDROS, los profesionales se pueden encontrar, aprender e intercambiar sus experiencias y saberes, generando un *networking* y un espacio de encuentro.

## HISTORIA

---

AEDROS surge en 2001, a través de un grupo de *fundraisers* con experiencia internacional, quienes comienzan a sentir la inquietud de juntarse para intercambiar experiencias.

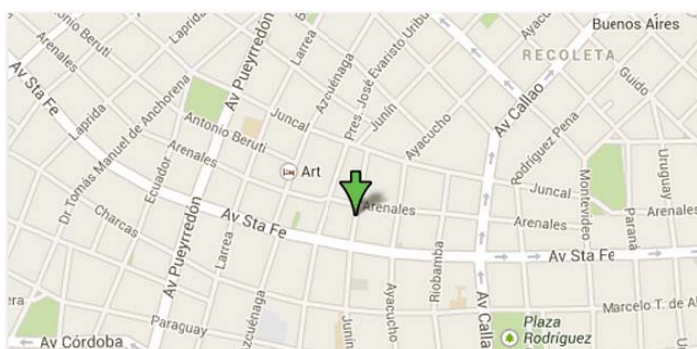
Años después, comienza a consolidarse la asociación civil, poniendo foco respecto de lo que se esperaba de AEDROS. Se crea así un estatuto y la categoría de socios activos y se toman algunas ideas inspiradas en las actividades de la Asociación Española de *Fundraisers*.

En palabras de la directora ejecutiva, Mariela Becker<sup>1</sup>: *“AEDROS surgió de la informalidad en 2001, hace ya casi 14 años. ¿Por qué digo desde la informalidad? Porque era justamente un grupo de fundraisers, muchos de ellos con experiencia internacional, que no tenían un lugar para encontrarse. Entonces dijeron: ‘encontrémonos una vez por mes en una mesa de café, en una mesa de oficina, o en una mesa que nos presten’. Cada vez se fue sofisticando más, compartiendo y trabajando en el qué podemos hacer y cómo vamos avanzando en nuestras organizaciones. Cuando eso se hizo práctica en el tiempo y ellos se dieron cuenta de que había un interés real, surge de estos pioneros la idea de formar una organización. Jurídicamente, AEDROS es una asociación civil, en la que se decidió hacer un estatuto, hacer que los socios puedan participar, definir quiénes son socios activos y qué se espera. Así se fue formando, desde esta informalidad”*.

## LOCACIÓN

---

La sede de AEDROS está ubicada en Junín 1174, 3.º D, CABA.



---

Entrevista personal realizada a Mariela Becker, directora ejecutiva de AEDROS, en la sede de la organización<sup>1</sup>

## MISIÓN

---

Promover, incentivar y difundir la importancia y necesidad del desarrollo de recursos humanos y económicos para las organizaciones sin fines de lucro y las causas para las que éstas trabajan.

En este sentido:

- Asiste a sus miembros en la mejora del rendimiento de sus esfuerzos profesionales.
- Preserva y afianza para su mutuo beneficio los lazos y las relaciones existentes entre ellos.
- Promueve estándares éticos para la práctica profesional del desarrollo de recursos.
- Analiza y orienta en la solución de problemas comunes a sus miembros y promueve, incentiva y difunde información destinada a beneficiar tanto a sus miembros como a las organizaciones / causas para las que trabaja.

En palabras de Mariela Becker, la misión de AEDROS es *“brindar capacitación a los desarrolladores de recursos [...] En concreto, es lo que los socios buscan. De hecho, cuando por algún motivo hay que ajustar algo nos vuelven a pedir esto... el contexto social hoy está con muchos requisitos impositivos, muchos requisitos jurídicos, muchos societarios, y la falta de recursos hace que a veces no puedan ni siquiera estar jurídicamente constituidas. Hay muchas organizaciones todavía funcionando en la irregularidad y la misión es genial y la misión se cumple, pero no logran estar en padrones... porque eso es importante. Sin embargo, a veces hay líderes que son geniales y que la misión se lleva a cabo porque en un barrio los apoyan, porque la empresa los apoya, porque tienen un sponsor por otro lado, pero están en una informalidad que a la larga complica la posibilidad de recibir donaciones, complica la posibilidad de conseguir sponsoreo, complica la posibilidad de anotarte en becas afuera porque todas estas cosas que estoy diciendo piden formalidad, entonces es como ir mostrándoles ese camino pero es tedioso porque hay mucho requisito. En los últimos cinco años se complicó mucho esto, entonces hay que cumplimentar muchas cosas.”*

## VALORES

---

- La ética, formando personas comprometidas con los principios fundacionales y valores de AEDROS.
- La autonomía, es decir el mantenimiento de la independencia de todo sector o grupo, sea empresarial, religioso, político o de otro carácter, defendiendo la libertad de los componentes de la institución para trabajar y crear sin estar sujeto a ningún interés en particular.
- La interdependencia social, es decir, una preocupación por los temas de la sociedad, en particular los de orden humano, tomándolos como objeto de análisis y reflexión con la intención de promover el mejoramiento de la realidad nacional, regional e internacional.
- El pluralismo, al afirmar la multiplicidad de ideas y aceptar diversas tendencias y escuelas de pensamiento, con la única exigencia de su seriedad y el respeto por la reflexión crítica.

## ACTIVIDADES DE FUNDRAISING

---

Según Mariela Becker, AEDROS se sustenta principalmente por medio de las cuotas de los socios. Además recibe donaciones y realiza actividades/programas específicos para recaudar fondos.

## 1) Cuotas mensuales de socios

Consiste en el aporte mensual que se percibe de los socios adherentes.

El valor actual de la cuota es de \$65 (sesenta y cinco pesos) mensuales por socio. Esto les permite:

- Compartir un marco ético para el desarrollo profesional.
- Tener acceso a una red de profesionales nacionales e internacionales.
- Compartir, el primer viernes de cada mes, encuentros entre los socios para intercambiar experiencias sobre temas que afectan al ejercicio de la profesión.
- Obtener descuentos especiales en todas las actividades de capacitación propuestas por AEDROS. Ellas son: 1. Programa Anual de Capacitación en Desarrollo de Recursos denominado "*Fundraising* por los que hacen"; 2. Congreso Internacional de *Fundraising*; 3. Festival de *Fundraising* 10X10.
- Recibir el Boletín de Comunicaciones electrónico mensual con información y notas del sector.
- Tener acceso a la Biblioteca de AEDROS.
- Participar de las distintas comisiones de trabajo.
- Tener la posibilidad de encontrarse e interactuar con otros profesionales que se dedican al desarrollo de recursos tanto en la República Argentina como en el mundo y que aspiran a los mismos estándares éticos y de gestión que AEDROS.
- Acceder a las búsquedas laborales del sector publicadas en la bolsa de trabajo de AEDROS. Se trata de puestos laborales vigentes para desempeñarse en las organizaciones de la sociedad civil.
- Acceder a la Guía de Proveedores.

Estos dos últimos beneficios se ofrecen tanto para aquellos que son socios como para los que no lo son. En lo respectivo a las búsquedas laborales, aquellos que no son socios pueden solicitar vía *e-mail* o teléfono, aparecer en la base de datos de AEDROS y toda vez que haya alguna búsqueda, la asociación civil envía el *e-mail* correspondiente. En lo que refiere a la Guía de Proveedores, consiste en la publicación en la página web de empresas y organizaciones proveedoras de servicios para organizaciones del sector social. La misma es de libre acceso y se encuentra dispuesta en el sitio web de AEDROS: [www.aedros.org](http://www.aedros.org)

AEDROS, por otra parte, recomienda algunas direcciones web a sus socios para que cuenten con más información respecto al *fundraising*. Estas direcciones son:

### **Idealistas**

[www.idealists.org/](http://www.idealists.org/)

### **CENOC – Centro Nacional de las Organizaciones de la Comunidad**

[www.cenoc.gov.ar/](http://www.cenoc.gov.ar/)

### **Asociación de Profesionales de *Fundraising* de Estados Unidos**

[www.afpnet.org/](http://www.afpnet.org/)

### **Asociación de Profesionales de *Fundraising* del Reino Unido**

[www.resource-alliance.org/](http://www.resource-alliance.org/)

## 2) Donaciones de individuos, de empresas y de fundaciones

Desde AEDROS se propone concientizar a la población de la importancia de hacer donaciones regulares en dinero en efectivo a una organización de la sociedad civil. Así lo menciona Mariela Becker: "...tratando de inculcar la filantropía y de que todos podemos ser donantes, que todas las



*donaciones ayudan y que además de dar ropa o dar colchones, remedios o útiles, que es genial, para determinadas poblaciones que necesitan determinadamente esos objetos, la posibilidad de dar dinero en forma regular es lo que permite que las organizaciones hagan un poco a las necesidades".* La directora ejecutiva expresa que la intención es potenciar la idea de comprometerse con una causa. Esto implica transformar el hecho de donar aquello que no se usa para pasar a abrazar una causa y como consecuencia de ello, donar. Esto implica realizar una donación más orientada que permita previamente indagar necesidades, resignificar el aporte y comprometerse con una causa desde la filantropía propiamente dicha.

### 3) Servicios arancelados

AEDROS cuenta con servicios arancelados que refieren al patrocinio y a reuniones.

**-Patrocinio presente en la Guía de Proveedores:** refiere a diferentes patrocinadores a quienes se les cobra un importe cuando quieren aparecer en la Guía de Proveedores.

Sus proveedores son:

- Chaxcha: es la primera agencia de marketing digital especializada en organizaciones sociales y culturales de América Latina. Chaxcha significa sonajero inca en lengua quechua. Este concepto ayuda a describir lo que la organización hace: despertar la solidaridad y generar acciones concretas de *fundraising* y activismo digital. Su misión es proveer asesoramiento gerencial en las áreas de planificación estratégica, desarrollo de fondos y marketing para el desarrollo de programas sociales destinados al mejoramiento integral de distintos sectores que componen la sociedad.
- CMS: brinda asesoramiento a organizaciones sociales en *fundraising*, marketing, comunicación, planeamiento y organización, capacitación, investigación y recursos humanos. 
- *in2action*: es un grupo especializado en brindar soluciones integrales a organizaciones sin fines de lucro en todo el mundo. Cuenta con oficinas en la Argentina, presencia en Londres y socios en Estados Unidos. Ofrece una amplia gama de servicios que comprenden desde el desarrollo de estrategias de comunicación y *fundraising*, coordinación e implementación, planeamiento estratégico, creación y producción de campañas masivas hasta capacitación y consultoría. Son expertos en comunicaciones integradas destinadas a individuos. 
- Latinoaméricadona: es la primera empresa de telemarketing de la Argentina exclusivamente focalizada en la captación, fidelización y desarrollo de donantes individuales para organizaciones sociales de América Latina. 
- Marcelo Iñarra: es una consultora internacional de *fundraising*, marketing e innovación. Marcelo Iñarra es considerado por sus colegas como el "gurú de la innovación y los nuevos medios". Es una permanente referencia para organizaciones internacionales que se 

interesan en las estrategias innovadoras de desarrollo de fondos como así también en campañas de movilización pública. Entre sus clientes se encuentran Greenpeace Internacional, *Action Aid*, UNHCR y empresas como Nike.

- Phylia: constituye un equipo de profesionales que desde 2004 implementa de manera exitosa estrategias de desarrollo de recursos para organizaciones de la sociedad civil, tales como Ashoka, la Campaña por la Restauración de San Ignacio de Loyola, la Fundación por Pilar, el Instituto Leloir, el ITBA, el Banco de Alimentos, entre otras.



- Trama Social: su misión es contribuir al mejoramiento del complejo entramado social por medio del asesoramiento profesionalizado en el marco legal, fiscal, administrativo y contable de las organizaciones de la sociedad civil. Entre sus clientes se encuentran Fundación Sales, Fundación Gesica, Fundación Monseñor Gottau, Fundación Preventio, Farmacéuticos sin Frontera Alemania, Asociación Civil Lola Mora, Fundación Huerta Niño, Proyecto Surcos, Sociedad Argentina de Oftalmología, Fundación Internacional de Osteoporosis.



- WECUN: es la primera empresa de la Argentina especializada en la tercerización de servicios administrativos para las organizaciones de la sociedad civil. Su misión es lograr una administración eficiente en cada organización. Con este fin, ofrece servicios administrativos y contables según las necesidades de cada entidad. Elaboran presupuestos, informes financieros, procesan transacciones, confeccionan estados contables y coordinan las auditorías externas, entre otras actividades del área financiera. Constituyen un recurso para las organizaciones y un avance para el sector social.



**-Reunión mensual de socios:** consiste en un encuentro informal de intercambio de experiencias entre pares y colegas al que se suma en algunos casos un invitado especial. Se realiza el primer viernes de cada mes y es una actividad arancelada para aquellos que no son socios siendo de carácter gratuito para aquellos que sí lo son.

#### 4) Capacitaciones

AEDROS realiza diferentes capacitaciones que se mencionan a continuación.

**-Programa Anual de Capacitación en Desarrollo de Recursos:** recibe el nombre de "*Fundraising* por los que hacen". Es un ciclo de talleres mensuales de media jornada o de jornada completa en la Universidad de San Andrés - Sede Centro (25 de Mayo 586) en lo que respecta a la práctica del *fundraising*. Son talleres dictados por prestigiosos profesionales del desarrollo de recursos de Argentina e internacionales. Es una actividad arancelada cuyo propósito es recaudar fondos. Los socios tienen tarifas preferenciales y la realización de estas jornadas se transformó en una fuente de ingresos muy importante para AEDROS, principalmente, en los años en los que no se desarrollan congresos.

Están dirigidas a:

- Profesionales del área de desarrollo de recursos.

- Directores gerentes de organizaciones sociales.
- Integrantes de comisiones directivas y voluntarios.
- Individuos y organizaciones interesados en la recaudación de fondos.
- Emprendedores sociales, académicos, comunicadores y líderes de opinión.
- Profesionales de empresas interesados en la Responsabilidad Social Empresaria (RSE).

Costos de la jornada completa:

- Socios de AEDROS: \$450
- No socios: \$780
- Alumnos actuales del Postgrado de la Universidad de San Andrés: \$700

También se ofrecen paquetes de jornadas:

- Pack de 3 jornadas para socios de AEDROS\*: \$1100
- Pack de 3 jornadas para no socios de AEDROS y/o multipersonal\*\*: \$2000
- Residentes de más de 300 km. de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: 15 % de descuento sobre el monto que corresponda (según sean socios o no).
- 3 personas ó más, integrantes de una misma organización: 15 % de descuento sobre el monto que corresponda (según sean socios o no).

\*Esta opción es válida para aquellos que son socios de AEDROS: equivale a tres jornadas de día completo y/o combinadas con jornadas de medio día.

\*\*Esta opción es válida para aquellos que no socios de AEDROS y pueden intercambiarse entre distintas personas que sean de una misma organización. Se pueden elegir tres jornadas de día completo y/o combinado con jornadas de medio día.

El costo de cada actividad incluye 2 *coffee breaks* y material bibliográfico.

Costos de la jornada de medio día:

- Socios de AEDROS: \$350
- No socios: \$500
- Alumnos actuales del Postgrado de la Universidad de San Andrés: \$450

Se debe completar un formulario de pre-inscripción en cada caso, antes de realizar el pago, para el que se ofrecen distintas modalidades: tarjeta de crédito, depósito o transferencia bancaria en la cuenta de AEDROS, efectivo o cheque entregado en la oficina de AEDROS o por Internet a través de la plataforma Dineromail.com

**-Jornadas:** consisten en jornadas de medio día o de día completo en donde se ofrece capacitación en lo que respecta a la práctica de la recaudación de fondos. Las jornadas que se plantearon para 2014 son:

**"Eventos: una buena estrategia para recaudar y comunicar"**

¿Cuándo?: jueves 13 de marzo de 9.30 a 17hs.

Liderada por: Dolores Gestoso y Ana Garat

**"ABC del Fundraising: 10 ideas clave para comenzar con tu estrategia de recaudación de fondos"**

¿Cuándo?: jueves 10 de abril de 9.30 a 17hs.

Liderada por: Jorge Almirón

**"¿Cómo lograr alianzas con empresas exitosas en la recaudación y socias en el logro de nuestra misión?"**

¿Cuándo?: jueves 15 de mayo de 9.30 a 17hs.  
Liderada por: Tati Fonseca y Daniela Bostany

### "Fidelización de donantes"

¿Cuándo?: jueves 15 de mayo de 9.30 a 12.30hs.  
Liderada por: Laura Allende

### "Estrategias para convertir los datos en donantes"

¿Cuándo?: jueves 18 de septiembre de 9.30 a 17hs.  
Liderada por: Fernando Frydman y Lázaro Maisler

### "¿Cómo lograr interesar, motivar y cultivar grandes donantes individuales?"

¿Cuándo?: jueves 16 de octubre de 9.30 a 12.30hs.  
Liderada por: Ana de Campos

### "¿Cómo tener un plan estratégico en *fundraising* integrado en la organización?"

¿Cuándo?: jueves 20 de noviembre de 9.30 a 17hs.  
Liderada por: Norma Galafassi y Juan Lapetini

**-Programa de Capacitaciones en el interior del país:** consiste en jornadas similares a las desarrolladas dentro del Programa Anual de Capacitación en Desarrollo de Recursos, pero en este caso, se llevan adelante en aquellas provincias que demuestren interés en dichas prácticas. Esta actividad también es arancelada con el objetivo de captar fondos.

Este tipo de programas se realizan de forma mensual en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en pos de expandirse hacia el interior del país, dependiendo de la posibilidad de *sponsor* con el que se cuente. Para que AEDROS dicte una Jornada de Capacitación sobre Desarrollo de Recursos en alguna provincia, los interesados se deben contactar con la Directora Ejecutiva.

## 5) Eventos

El objetivo principal de los eventos es el de generar un espacio de encuentro y *networking* entre los participantes interesados en la práctica del *fundraising*. Entre ellos se pueden mencionar:

**-Congreso Internacional de *Fundraising*:** es un evento de regularidad bienal en donde se comparten los casos más innovadores, las últimas tendencias y los posibles modos de sustentabilidad del sector.

El próximo será el VI Congreso y se llevará a cabo el 3 y 4 de julio en el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad de Buenos Aires (Viamonte 1549). Contará con la presencia de disertantes nacionales e internacionales y con participantes tanto de Argentina como de otros países del mundo.

Algunas temáticas que se abordarán son:

- Estrategias de *fundraising* y de planificación
- Soportes para la gestión del *fundraising*. Desde aspectos de *managment* hasta cuestiones administrativas, impositivas y la evaluación de los resultados
- Comunicación y *branding* para el *fundraising*
- Técnicas a nivel masivo para la captación y cultivo de donantes individuales

**-Congreso Latinoamericano de *Fundraising* en la Ciudad de Buenos Aires:** es un evento de regularidad bienal cuyo objetivo es similar al Congreso Internacional pero con alcance en Latinoamérica. El último se realizó en el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad de Buenos Aires (Viamonte 1549). Dado que la periodicidad de este evento es la misma que la del Congreso Internacional, un año se lleva adelante uno, y el otro año se realiza el otro.

Esta eventualidad busca promover y contribuir a la profesionalización del desarrollo de recursos, brindar un espacio para el intercambio de experiencias y analizar tanto aquellos casos que fueron exitosos como aquellos que fracasaron.

También se busca difundir los objetivos de AEDROS y realizar, al igual que el resto de los eventos, un aporte económico que contribuya al sostén de los programas y operatividad de la organización. Si bien algunos oradores pueden ser internacionales, la asistencia del auditorio es de procedencia latinoamericana.

En este evento, se suelen realizar talleres simultáneos los cuáles se van agrupando por temas. Por ejemplo:

- *Fundraising* general y temático
- Grandes donantes
- *Fundraising* masivo de pequeños donantes
- Empresas
- Otras técnicas de *Fundraising*
- *Management*
- Comunicación, investigación y nuevas tecnologías
- Planeamiento y gestión administrativa

**-Festivales 10x10:** es un evento de inspiración y creación en donde se presentan nuevas propuestas. Consiste en un solo día en donde expositores comparten ideas, casos y charlas con el objetivo de ponerlas en práctica en lo que refiere a la actividad. Estos eventos se realizan bienalmente.



El jueves 26 de septiembre de 2013 se llevó a cabo el segundo festival en el Auditorio de la Biblioteca de la Mujer, ubicado en Marcelo T. de Alvear 1155, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En un solo día, 10 expositores compartieron las mejores ideas, casos y charlas para que todas las personas vinculadas al *fundraising* las pudieran poner en práctica y contribuir de este modo a un mejor trabajo dentro de su organización. Inspirados en el concepto de las conferencias TED, los disertantes expusieron en menos de 25 minutos cada uno y luego brindaron un espacio para preguntas y respuestas. Entre los oradores más destacados, estuvieron Julián Weich, Sergio Lapegüe y Hernán Nadal.

TED (tecnología, entretenimiento, diseño) es una organización sin fines de lucro cuyo objetivo es difundir las ideas que merecen ser difundidas. Año tras año realiza un congreso en donde abarcan un amplio espectro de áreas que refieren a las artes y el diseño, la ciencia, la política, la educación, la cultura, los negocios, la tecnología y el desarrollo, el entretenimiento y los asuntos globales.

En el último festival, algunos de los temas tratados fueron:

- ¿Qué motiva a las celebridades a colaborar e involucrarse con una causa?
- ¿Cómo los directores ejecutivos motorizan campañas de *fundraising* exitosas?
- Campañas digitales para *fundraising*

**-Sponsors en eventos:** perciben el aporte de *sponsors* en los eventos específicos que organizan, como los recientemente mencionados. Esta vez, en el Congreso Internacional de *Fundraising*, la empresa inmobiliaria IRSA será *sponsor* en calidad de inversor social. En otros congresos, por ejemplo, han sido las organizaciones *The resources Alliance*, la *Association of Fundraising Professionals*, entre otros.

## 6) Campañas

El objetivo de pensar en una campaña, radica en este caso, en la posibilidad de generar recursos para poder cumplimentar la misión que convoca a una organización sin fines de lucro.

Fue así como por segundo año consecutivo, AEDROS y la Fundación Noble lanzaron la campaña "Donar Ayuda" con el objetivo de incentivar las donaciones en dinero de forma regular y sostenida a organizaciones de la sociedad civil. El espíritu de la campaña fue el siguiente:



**Campaña de bien público "Donar Ayuda":** "Donar ayuda. Pero donar plata todos los meses a una ONG ayuda más". Desde este lema se busca transmitir que donar dinero permite trabajar por una causa y hacer que el aporte sea más efectivo. Bajo esta idea, AEDROS y Fundación Noble lanzaron este año la segunda edición de la campaña nacional de bien público con el objetivo de incentivar y promover el hábito de donar dinero en forma regular y sostenida a una organización de la sociedad civil.

En palabras de la Directora Ejecutiva: *"...este año, dentro de los programas de AEDROS, estuvo también la segunda edición de la campaña Donar Ayuda, que la hace junto a la Fundación Noble y que tiene como objetivo concientizar a la población de la importancia de hacer donaciones regulares de dinero en efectivo a una organización, un poco tratando de inculcar la filantropía y tratando de inculcar que todos podemos ser donantes, que todas las donaciones ayudan y que además de dar ropa, colchones, remedios o útiles, que es genial para determinadas poblaciones que necesitan determinadamente esos objetos, la posibilidad de dar dinero en forma regular es lo que permite que las organizaciones hagan un poco a las necesidades, que necesitan hacer con dinero y no solamente con colchones, aún los que ayudan a la gente de la calle, porque llega un momento que tienen que alquilar un depósito para tener los colchones porque toda la Argentina le donó colchones. Está buenísimo pero se busca concientizar, de decir, bueno, no doy solamente el sweater que ya no quiero usar, es decir, de lo que yo gano doy un poco al que más lo necesita porque me abrazo a una causa, me comprometo con la causa, sigo esa causa. Un poco también tomando el ejemplo de otros países donde la filantropía es como que viene del jardín de infantes y realmente que vos recibas lo que recibas siempre tenés la posibilidad de separar un poquito para el que más lo necesita. Por ahí nosotros somos más de decir esto: no lo uso, alguien lo puede usar. Decir, lo paso porque no lo uso, no es lo mismo que separar algo."*

## OTRAS ACTIVIDADES/SERVICIOS

---

**Reunión mensual de socios:** consiste en un encuentro informal de intercambio de experiencias entre pares y colegas al que se suma en algunos casos un invitado especial. A través del Boletín de Comunicaciones mensual dirigido para los socios se difunde un memo de cada reunión efectuada. Se realiza el primer viernes de cada mes en la sede de la Fundación Gottau, ubicada en Scalabrini Ortiz 2069, entrepiso "B" de 9.00 a 11.00 hs. Como bien se mencionó en "Actividades de

*Fundraising*", estos encuentros son gratuitos para aquellos que son socios y arancelados para aquellos que no lo son, constituyendo un servicio más, ofrecido por AEDROS.

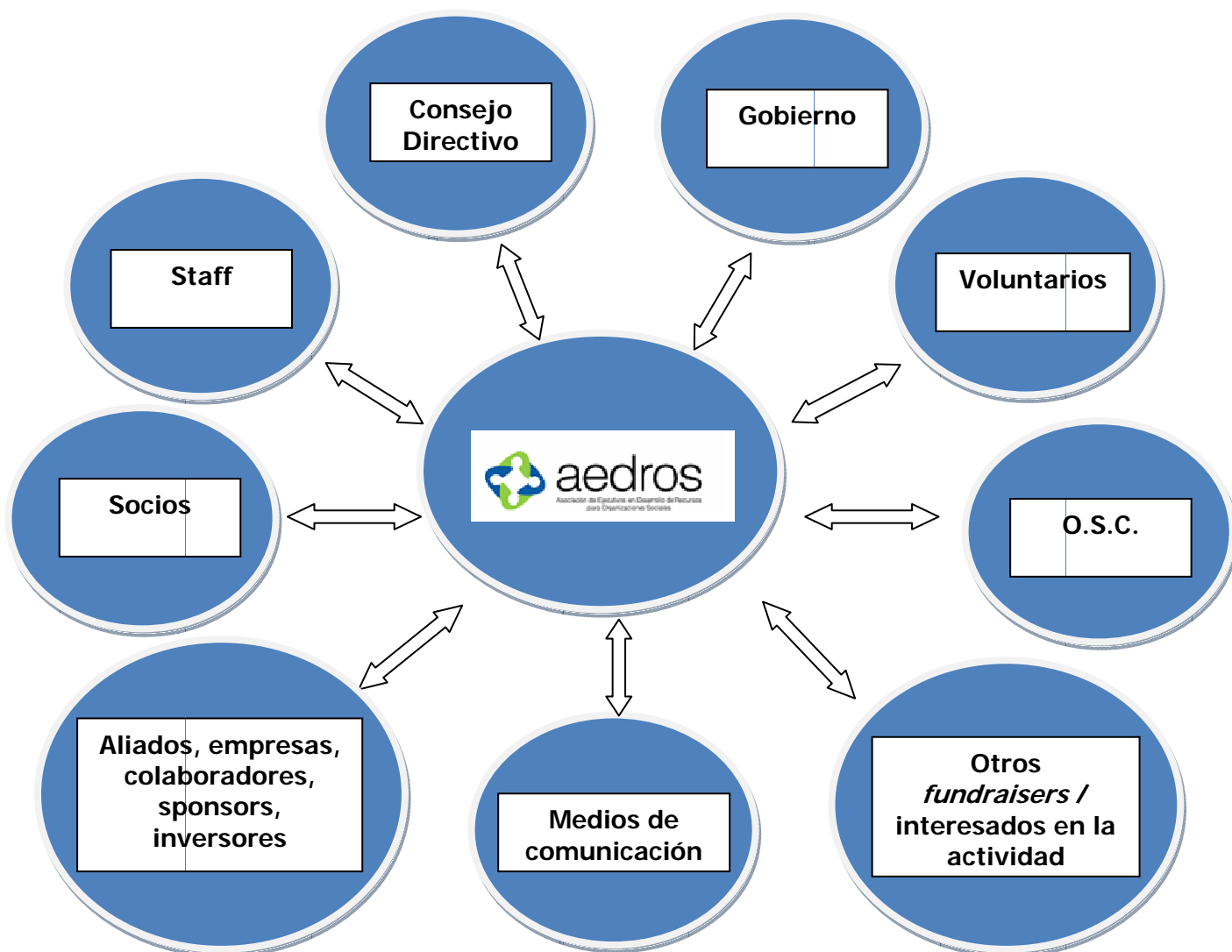
**Biblioteca:** consiste en un servicio para consultas de bibliografía afin a la actividad en la sede de AEDROS.

**Calendario de eventos:** consiste en un listado con las actividades de recaudación de fondos de las organizaciones sociales de la Argentina.

**Rincón de lectura de AEDROS:** constituye una sección *online* en donde se puede encontrar material referido a la práctica del *fundraising* en la Argentina y en el mundo, incluyendo noticias del sector social, novedades de la organización, *feeds* (contenido sindicado) de otras organizaciones, sitios o *blogs* de interés, *links* recomendados de otros sitios o páginas web.

**Fondo de becas:** constituye una iniciativa destinada a quienes trabajan en el desarrollo de recursos en organizaciones de la sociedad civil y que no pueden afrontar el valor de la inscripción al evento más importante que desarrolla la institución: el Congreso Internacional de *Fundraising*.

## PÚBLICOS MÁS RELEVANTES CON LOS QUE INTERACTÚA AEDROS<sup>2</sup>



Ver anexo "Públicos de interés"<sup>2</sup>

La relación de AEDROS con los socios es permanente, al igual que con otros *fundraisers* o interesados en la actividad y con los voluntarios. Los socios constituyen una de las principales fuentes de sustento de la organización y tanto el *staff* como el consejo directivo, son quienes sostienen la gestión del día a día de AEDROS.

Los aliados, *sponsors*, colaboradores, inversores y empresas, se presentifican principalmente cuando lo que está en agenda es la organización de un evento.

Las organizaciones de la sociedad civil conforman muchas de ellas, el grupo de aliados o colaboradores, a la vez de ser, algunas de ellas, socias de AEDROS.

En lo respectivo a los medios de comunicación, la relación con estos es más intensa y planificada a la hora de pensar en un evento puntual como el caso de la campaña que se realizó junto a la Fundación Noble. Los medios más utilizados por AEDROS en su cotidianeidad son los referidos a las redes sociales.

## COMUNICACIÓN DE AEDROS

---

AEDROS utiliza diversas herramientas de comunicación para llegar a sus públicos, principalmente el *e-mailing* y las redes sociales. Entre estas últimas se pueden destacar:

**Facebook:** <https://www.facebook.com/pages/AEDROS/19800311311?fref=ts>

**Twitter:** [www.twitter.com/AEDROS](http://www.twitter.com/AEDROS)

**Linkedin:** [www.linkedin.com/groupInvitation?gid=1140597&fromEmail=&ut=20N\\_zVCJSijCg1](http://www.linkedin.com/groupInvitation?gid=1140597&fromEmail=&ut=20N_zVCJSijCg1)

A modo de ordenamiento AEDROS utiliza:

-Con mayor frecuencia:

- *E-mailing*
- Redes sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn
- Página web
- Boletín de Comunicaciones

-Con menor frecuencia y en situaciones puntuales:

- Boca en boca
- *Sponsor* Galicia
- Medios televisivos, radiales y gráficos
- Algunos eventos en donde se difunden las próximas actividades
- Colaboradores en la comunicación

-Con mayor frecuencia: tanto el *e-mailing* como las redes sociales, la página web y el Boletín de Comunicaciones constituyen herramientas constantes que AEDROS utiliza en pos de difundir sus diferentes actividades cuyo objetivo se centra en la recaudación de fondos.



La información es continua y en los eventos se difunden con criterio y antelación. Este año, AEDROS incorporó a una persona proveniente de la disciplina de la comunicación con el objetivo de dedicarse a esta área.

Respecto del Boletín de Comunicaciones, este es de carácter mensual y electrónico tanto para los socios como para aquellos que no lo son y que figuren en la base de datos de AEDROS. Ingresando a la página web cualquier persona puede registrarse y acceder a información de la organización.

-Con menor frecuencia y en situaciones puntuales: algunas acciones son transmitidas mediante el boca en boca por parte de aquellos que se unen a la causa de AEDROS, más allá de ser o no socios. Según entiende la directora ejecutiva, Mariela Becker, existen actividades y modalidades que también son muy utilizadas para aprovechar los espacios de comunicación y cumplir con la tarea de *fundraising* en el sector, como por ejemplo, el *face to face* o el cara a cara que se lleva adelante en la calle, como es el caso de la Fundación Techo o de Médicos sin Fronteras, estrategia que aún no ha decidido implementar AEDROS, si bien la considera como una práctica novedosa y exitosa.

Respecto de los *sponsors*, Galicia se presenta como el histórico de la organización. En la actualidad, la empresa colabora en la promoción de diversos eventos ya que los apoyan con becas, retroalimentando de este modo su política de sustentabilidad empresarial y promoviendo el espíritu y las actividades de AEDROS.

En relación a los medios televisivos, radiales y gráficos, Mariela Becker destaca que la organización obtuvo cobertura masiva cuando se llevó adelante junto a la Fundación Noble, la campaña nacional de bien público "Donar Ayuda" lo que les permitió exponerse en medios de comunicación con mayor alcance.

La primera edición de la campaña tuvo lugar entre diciembre de 2012 y marzo de 2013, y la segunda edición tuvo lugar entre diciembre de 2013 y febrero de 2014 inclusive, con una importante difusión en medios televisivos, gráficos, electrónicos y radiales. La campaña invitaba además a ingresar a [www.donarayuda.org](http://www.donarayuda.org) constituyendo otro medio de difusión.

*Donar Ayuda* se lanzó en Canal Trece, TN, Radio Mitre y Clarín.com. Contó a su vez con la adhesión de otros medios periodísticos que fueron sumándose y con el apoyo de las principales agrupaciones de organizaciones sociales del país: AVINA, Confederación de la Sociedad Civil, *Help* Argentina y RACI, además de haber contado con la colaboración de RAPP, La Pirada, Donaronline y Zurich que también sumaron a la difusión.

Además, la campaña fue pauta en las redes sociales, incluyendo acciones de prensa para medios gráficos y prensa *on-line* gestionadas para publicitar el evento, captar la atención de los públicos y movilizar a la sociedad.

Cabe destacar que esta modalidad de difusión no es la utilizada por AEDROS en su cotidianeidad como estrategia a la hora de difundir sus prácticas sino que respondió a una campaña puntual y conjunta. La directora ejecutiva constata que debido a su alto costo, AEDROS no cuenta, por el momento, con avisos en medios gráficos.

La directora ejecutiva también considera que algunos eventos son aprovechados como vehículo para difundir las próximas actividades de *fundraising*. Considera que las cenas anuales se han convertido en una tradición en las diferentes organizaciones, no sólo como actividad para recaudar fondos sino también para comunicar qué es lo que hace esa organización en particular y qué

próximas actividades vendrán, al igual que otros eventos, campañas puntuales y acciones de marketing directo, aunque no todas han sido utilizadas por AEDROS, sino las explicitadas anteriormente en lo que refiere a los eventos citados en "Actividades de *fundraising*".

Por último, AEDROS cuenta con colaboradores en lo que respecta a la comunicación en situaciones puntuales. Algunos de estos han sido: la Universidad de San Andrés, Universidad Argentina de la Empresa, Universidad de Morón, Universidad de Salvador, Universidad de San Martín, Universidad de Tres de Febrero, Fundación Compromiso, AMDIA (Asociación de Marketing Directo e Interactivo de Argentina), Ashoka, Avina, CENOC, ComunicaRSE, Consejo Publicitario, Eme Desarrollos Culturales, Embajada de Chile, Embajada de Perú, Escuela Española de Negocio, FADAM, FOC, Idealistas.

## **DESAFÍOS: OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL TERCER SECTOR SEGÚN AEDROS**

---

La directora ejecutiva considera que tanto AEDROS como las organizaciones no gubernamentales en general se enfrentan a aspectos que son positivos para la práctica del *fundraising* y aspectos negativos para el desarrollo de la misma. Dichos aspectos son mencionados a continuación:

### **Aspectos positivos:**

- Cada vez más gente joven se está involucrando en la práctica del *fundraising* (el último congreso sorprendió a AEDROS con la cantidad de estudiantes que portaban interés en pujar por desarrollarse en el tercer sector).
- Las organizaciones comienzan a testear sus actividades. Hay muchas ansias por saber qué funciona, qué no, e intercambiar diferentes experiencias constituyendo un sector muy solidario.

### **Aspectos negativos:**

- El contexto actual no ayuda. Hay incertidumbre, la cual afecta a escala general a la Argentina, afectando por lo tanto a las organizaciones sin fines de lucro.
- Los donantes tienen sus recaudos, están enfocados en su realidad.
- Muchas organizaciones se manejan en la informalidad por falta de recursos. Las organizaciones tienen buenas misiones, cumplen con los objetivos que se proponen pero están en una situación de irregularidad. Esto trae como consecuencia que no puedan recibir donaciones, anotarse en becas, etc.
- Aquello que funciona en una organización en relación a una problemática determinada, puede no funcionar en otra. Las problemáticas son muy diversas y eso hace difícil buscar una línea de dirección común.

## **APORTES A LA PROFESIÓN: CONSEJOS PARA UN *PR* AL MOMENTO DE EMPEZAR A TRABAJAR EN EL TERCER SECTOR**

---

Según AEDROS, los consejos esenciales que debe tener en cuenta un profesional de las relaciones públicas a la hora de trabajar en el tercer sector son los siguientes:

- Conocer previamente a la organización para poder pensar cuál o cuáles son las mejores estrategias que se amoldarán en cada caso.

- Cuidar los intangibles que tiene una organización de la sociedad civil que se enarbola bajo el nombre de una marca.
- Planificar. Idear un plan de comunicación.
- Implementar estrategias del sector privado lucrativo pero sin olvidar que el 2.º y el 3.º sector no son lo mismo.
- Ir de la teoría a la práctica pero a su vez, animarse a probar.
- Hacer dos acciones en simultáneo, lo que permite saber en el mismo contexto, cuál es la adecuada y por qué funcionó mejor una por sobre la otra.
- Tener en cuenta que no alcanza con el hacer, también hay que analizar (evaluar).

Además de ello, en la gestión cotidiana, AEDROS considera importante atender correctamente las demandas, las inquietudes y consultas que se presentan, sumar socios paulatinamente y cumplir con el cronograma de actividades pautadas, destacando la importancia de planificar más que de trabajar en la improvisación.

El otro aporte que la directora realiza para los profesionales de relaciones públicas refiere a considerar que *"...en la comunicación también hay un público, hay una marca de fondo, hay intangibles que hay que cuidar. Hay una misión social que tiene que funcionar y de eso se trata. De hacerla funcionar"*.

Invita a su vez, a que los profesionales de las relaciones públicas que estén a cargo de la actividad del *fundraising* se animen a probar en el sector social aquello que utilizaron en el sector empresarial pero sin confundir que son dos ámbitos diferentes. En esta línea, la directora ejecutiva agrega *"...cuántas cosas del sector privado nos vendría bien a nosotros también, así que siempre el que nos quiera venir a contar, a nosotras también nos sirve. De hecho, la gente que se ha pasado de sector o que tiene su experiencia en el privado lucrativo aporta mucho también, tiene una visión muy interesante y exploró otros caminos que está muy bueno a veces probarlos también en estas organizaciones, o por lo menos, darse la posibilidad de pensarlos. Si uno estuvo solamente en el ámbito de lo social, uno tiene sólo esa realidad. Yo creo que se nutren ambos sectores pero no hay que confundirse porque son diferentes"*.

## **UN DÍA DE AEDROS EN LA PRÁCTICA DE LA RECAUDACIÓN DE FONDOS**

---

Sobre la base de los consejos aportados desde la dirección de AEDROS, surgió la inquietud de cómo es un día de AEDROS en lo que respecta al *fundraising*, desde el inicio del día y desde lo más cotidiano, cómo comienza un día de gestión en AEDROS en lo que a la captación de fondos refiere.

Según Mariela Becker, un día de AEDROS en lo que respecta a la actividad del *fundraising* se resume con la siguiente frase: *"...en lo que respecta a la recaudación de fondos en AEDROS es muy de gestión la tarea del día a día"*. La directora ejecutiva indica que ahora hay una persona encargada de la comunicación, y es quien día a día envía o sube información a las redes sociales en lo que refiere a eventos, se responden *e-mails* y agrega que *"...uno hace estas cosas todos los días sin darse cuenta, pero que en definitiva, desde las personas en la oficina al atender bien al público, atender bien al socio, cuidarlo, tratar de seguir sumando socios día a día, es un poco la tarea. Venimos creciendo mucho, por suerte. Estuvimos un tiempo muy estabilizados en 250 socios y eso se ha revertido. Eso es una buena noticia. Y tratamos de organizarnos cada vez mejor de acuerdo a nuestro organigrama en relación a cuál es nuestra actividad que sigue"*.

---

## CONCLUSIONES

---

Al plantear la observación se propuso como objetivo principal indagar acerca de las prácticas implementadas por AEDROS, organización que en la Argentina nuclea a todos aquellos profesionales, organizaciones e interesados en la actividad del *fundraising*. La decisión de optar por esta organización derivó de la estimación de considerarla como posible referente de estrategias a seguir en la práctica de la recaudación de fondos por ser la que aúna a los interesados en la práctica en cuestión.

En este recorrido, se considera que se ha cumplimentado el alcance de los objetivos propuestos. A saber, el que refiere a reconocer dentro de la profesión de las Relaciones Públicas las distintas estrategias que se implementan en la práctica del *fundraising* a partir de su realidad concreta, fue alcanzado satisfactoriamente, permitiendo conocer qué hace AEDROS en materia de recaudación de fondos.

El objetivo que refiere a conocer la realidad con la que se enfrenta AEDROS en la práctica de la recaudación de fondos como un aporte respecto de las posibles oportunidades y amenazas con las que otra práctica de *fundraising* puede encontrarse, también ha sido abordado, permitiendo conocer los desafíos a los que se enfrentan las organizaciones de la sociedad civil en la actualidad en la Argentina. AEDROS posee más de diez años de existencia, lo que posibilitó realizar aportes respecto de aquellos aspectos positivos y negativos con los que cualquier organización sin fines de lucro puede encontrarse.

En lo referente a contribuir con la identificación de las distintas herramientas que implementa AEDROS a la hora de recaudar fondos y sus modos de difusión a los empresarios, directivos del 1.º, 2.º y 3.º sector, emprendedores sociales, profesionales interesados, voluntarios u otras personas de la sociedad civil, también ha sido demostrado y quizás de aquí se desprenda el aspecto más interesante para reflexionar para un profesional de las relaciones públicas.

AEDROS no desconoce la diversidad de herramientas que permiten optimizar la tarea del *fundraising* pero a pesar de que la misión que los convoca responde a estimular dicha práctica, a conectar y capacitar a los distintos *fundraisers* para que puedan hacer óptimas sus estrategias, aún no han logrado desarrollarse de manera experta en pos de legitimar su posición como organización exitosa en lo que a la captación de fondos refiere.

Tampoco los modos de difusión elegidos son optimizados de tal modo que permita pensársela en tanto referente. En tal sentido, la directora ejecutiva de AEDROS ha considerado en charlas previas a comenzar la entrevista, que a pesar de que se dediquen a esta práctica, no hacen lo que deberían hacer o lo que se esperaría de la organización en este lugar. AEDROS no utiliza plenamente para sí las diferentes estrategias de recaudación de fondos y los modos adecuados de difusión en pos de captar más y nuevos donantes. Durante la entrevista, cuestiones de organización, planificación, tiempos y recursos en general, son las que se han deslizado como faltantes o no adecuadas en lo que a su gestión refiere, constituyendo una deuda para la organización.

A pesar de ello, la observación realizada a AEDROS permite quizás avanzar con una reflexión en donde lleva a repensar que la percepción es la realidad para el que la observa. Si bien percepción y realidad no son la misma cosa, cualquier profesional o cualquier público podría percibir mediante los mensajes emitidos por la organización en las redes sociales, en la página web y en sus eventos, que podrían constituirse como posible referente en materia de *fundraising*, no sólo por sus servicios ofrecidos sino también por la suposición de la propia implementación de prácticas de recaudación de fondos para que AEDROS pueda lograr una óptima subsistencia de su propia

existencia. Si bien no es el foco de la observación, esto podría llevar a pensar cuánto de real puede haber en aquello que es transmitido y percibido y que a su vez, AEDROS participa en construir en tanto mensajes de solidez y confianza. Si bien no se ha realizado un estudio respecto de la percepción de los diferentes públicos, sí es válido aproximar una supuesta cadena lógica de pensamiento en donde podría decirse que si nuclean a los desarrolladores de fondos, deberían ser quienes mejor aplican estas estrategias constituyéndose en referentes.

Aportes de la observación desde la profesión de las relaciones públicas al tercer sector, en particular a AEDROS, pueden hacerse muchos. Planificar, ordenar las actividades, asignar roles y funciones, aplicar aquello respecto de lo que se capacita, evaluar las mejores estrategias comunicacionales, pero no sin antes, realizar una situación diagnóstica de posibles problemáticas que llevan a no poder potenciarse. Es desde allí, a partir de donde hay que salir a actuar, en tanto que la problemática sea el punto de referencia. ¿Por qué no implementar o “probar”, como se plantea desde AEDROS, aquello que resultó positivo para otras organizaciones? ¿Por qué no potenciar y generar alianzas habiendo tantos socios pertenecientes a organizaciones reconocidas que han logrado campañas exitosas?

Aportes de la observación para la profesión de las relaciones públicas desde el tercer sector, en particular desde AEDROS, pueden extraerse muchos. Resignificar el valor de la percepción, considerar la importancia de trabajar con los intangibles de una organización, considerar las fortalezas y debilidades que pudieron conocerse del contexto en lo que respecta al tercer sector, conocer que cada vez hay más jóvenes que se animan a participar y que tienen ganas de hacerlo, saber que las experiencias de los diferentes sectores pueden compartirse, saber que hay todo un terreno por experimentar y recorrer, reconocer que las relaciones públicas cuentan con conocimientos y herramientas para poder asesorar y aplicar en las organizaciones sin fines de lucro, saber que este nuevo espacio está creciendo cada vez más, resignificar el valor de planificar y recordar que en toda práctica nueva, siempre hay mucho de ensayo y error.

La ventaja de poder hacer aportes desde las relaciones públicas en lo que refiere a gestar y fortalecer vínculos con aquellos públicos estratégicos, desarrollar un plan de acción que permita optimizar la obtención continuada de recursos y fortalecer las estrategias de comunicación es de cabal importancia para que cualquier organización de la sociedad civil pueda sostenerse en el tiempo con más aciertos que sin gestión y planificación.

AEDROS comprende que para cumplir sus objetivos necesita trabajar exhaustivamente día a día, y destaca la importancia de contar con un profesional adecuado que implemente un plan de vinculación comunicacional para lograr la misión que convoca a su existencia.

## ANEXO

### PÚBLICOS DE INTERÉS<sup>2</sup>

---

#### Consejo Directivo

AEDROS está dirigida y administrada por el siguiente Consejo Directivo:

Presidente: Ana Garat

Vicepresidente: Lázaro Manuel Maisler

Tesorero: Mónica Gardón

Secretaria: María de las Mercedes Fonseca

Vocal Titular: Martín Giménez Reborá

Vocal Suplente: Jorge Daniel Juárez Chahle

Vocal Suplente: Juan Carlos Lapetini

Órgano de Fiscalización Titular: Daniela Noemí Bostany

Órgano de Fiscalización Titular: Ignacio Ergui

Órgano de Fiscalización Suplente: Jonás Beccar Varela

Expresidente: Norma Galafassi

Expresidente: Mercedes de Campos de Oris de Roa

Expresidente: Arturo G. M. Prins

#### Staff

Realizan atención al público de 9.00 a 17.00 hs.

- Mariela Becker. Directora Ejecutiva - Contacto: mariela@aedros.org
- Agustina Matienzo. Atención a socios - Contacto: aedros@aedros.org
- Ernestina Conde. Administración - Contacto: secretaria@aedros.org

#### Voluntarios

- Comisión Directiva de ocho personas: se reúnen una vez al mes en forma fija para discutir los objetivos y las novedades del mes.
- Comisión de socios.
- Comisión de capacitación: formada para distintos programas.
- Comisión de becas: formada para distintos programas.
- Profesores de capacitación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

#### Socios

AEDROS está formada por 340 socios entre:

- Estudiantes de comunicación
- Personas que quieren participar
- *Staff* de organizaciones sociales
- Personas afines a la RSE

Requisitos para ser socio de AEDROS:

- La adhesión a AEDROS es voluntaria.

- No es necesario estar en la práctica del desarrollo de fondos sino que alcanza con tener interés.
- Adherir al código de ética de la organización. Es obligatorio aceptarlo y respetarlo. Los miembros de AEDROS no incurrirán en conductas ambiguas que puedan ser interpretadas como ilegales o contrarias a la ética profesional; no aceptan porcentajes, ni comisiones, ni compensaciones de ninguna especie fuera del sueldo o de los honorarios que hubieran pactado con la organización; deberán ser precisos y sinceros al presentar su curriculum, citando experiencia profesional, capacitación y calificación para la tarea que van a realizar, entre otras pautas.

Los socios buscan un lugar de encuentro para saber qué está haciendo el otro. Para esto, AEDROS intenta romper con la improvisación, planificando estrategias para cumplir con las expectativas de sus socios. En las reuniones se busca promover los aspectos positivos y destacar los negativos del sector.

Algunos socios pertenecen a las siguientes organizaciones:

ACAS (Asociación de Clubes Argentinos de Servicio)  
Acción contra el hambre  
AEDIN (Asociación en Defensa del Infante Neurológico)  
Asociación Civil Manos en Acción para el desarrollo social  
AEP SO (Asociación Civil para el Enfermo de Psoriasis y artritis)  
AESES - Buen Consejo  
Aportes de Gestión para el Tercer Sector  
Asociación Civil Expedición Ciencia  
Asociación Civil Tango Vía Buenos Aires  
Asociación Cooperadora Amadeo Jacques  
Asociación Cooperadora del Hospital de Niños Dr. Ricardo Gutiérrez  
Asociación Cooperadora por la Niñez  
AFI (Asociación Filantrópica Israelita)  
Aldeas Infantiles SOS Argentina  
Alegria Intensiva  
Alpad (Asociación Laboral para Adultos con Discapacidad Intelectual)  
Alpha International  
ALPI Asociación Civil - Vocación para rehabilitar  
ANSPAC (Asociación Nacional Pro Superación Personal)  
ANUNCIAR  
APADEA (Asociación Argentina de Padres de Autistas)  
ARTE & EMPRESA  
Asociación Amigos del Museo Nacional de Arte Decorativo  
Asociación Civil AFS Programas Interculturales  
Asociación Civil Amigos del Alma  
Asociación Civil Cascos Verdes  
Asociación Civil Instituto Siloé  
Asociación de Ex Alumnos del Colegio Nacional de Buenos Aires  
Asociación Demos, Capacitación y Apoyo  
Asociación Civil El Arca  
Asociación Fomento Cultura  
ATLAS 1853  
Avanzar

Baco Club  
Betania  
Buenos Aires Arts  
Buenos Aires Lírica Asociación Civil  
Cáritas Nacional – Argentina  
Casona de los Barriletes  
CEAA (Congregación Evangélica Alemana en Buenos Aires)  
CEMIC (Centro de Educación Médica e Investigación Clínicas)  
JOINT  
Comunidad OR JADASH  
CMS (Centro de Management Social)  
Centro Hebreo Iona  
CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento  
cissab-daia  
COAS (Cooperadora de Acción Social)  
Colegio Santa Rosa  
Cotolengo Don Orione  
Cruz Roja Argentina  
De Todos para Todos  
El Movimiento de La Palabra de Dios  
EMA (Esclerosis Múltiple Argentina)  
Enfoqueniñez, Escuela Escocesa de San Andrés  
Escuela San Vicente - Obispado de Añatuya  
Facultad de Ciencias Económicas UBA (Universidad de Buenos Aires)  
Federación Argentina de Fotografía  
FLENI (Fundación para la Lucha contra las Enfermedades Neurológicas de la Infancia)  
FINAC, Fondation D'entraide Des Francais En Argentine  
FUCISA (Fundación para las Ciencias de la Salud)  
Fundación A.C.I.A.P.O.  
Fundación Amigos de las Comunidades del Arca  
Fundación Argentina de Equinoterapia  
FUNDAC (Fundación Argentina del Cáncer)  
Fundación Banco de Alimentos  
Fundación Banco de Alimentos Tandil  
Fundación Biblioteca Central de Medicina  
Fundación Bunge y Born  
Fundación C.A.L.M.A. (Contención y Apoyo un Lugar para Mujeres y Adolescentes)  
FUCA (Fundación Cardiológica Argentina)  
Fundación Cecilia Baccigalupo  
Fundación Cimientos  
Fundación Claudina Thevenet  
Fundación CONIN  
Fundación Crecer  
Fundación Cruzada Patagónica  
Fundación CUBA (Club Universitario de Buenos Aires)  
Fundación DEQUENI  
Fundación Educacional  
Fundación Escuela Goleta del Bicentenario  
Fundación Espacios Verdes  
Fundación Falaloro  
Fundación Gannon Dhers



Fundación Germinare  
Fundación Gesica y Estudio Contable  
Fundación Heredad  
Fundación Huerta Niño  
Fundación Impulsar  
Fundación INFANT  
Fundación Instituto Leloir  
Fundación Landrú  
Fundación León  
Fundación Luz  
Fundación Magnificat-CESM  
Fundación Mano Amiga  
Fundación Manos Abiertas  
Fundación María Cecilia de Ayuda al Niño Oncológico  
Fundación María Elisa Mitre  
Fundación Monseñor Jorge Gottau  
Fundación Mundo Sano  
Fundación Nordelta  
Fundación Observatorio Pyme  
Fundación Padre Jorge Herrera Gallo  
Fundación Paremai Fractal  
Fundación Pescar Argentina  
Fundación Pies Descalzos  
Fundación Río Pinturas  
Fundación Sagrada Familia  
Fundación Sales  
Fundación Santa María de Pehuajó  
Fundación T. Ricardo Cornell  
Fundación Teatro Colón  
Fundación Temaikén  
Fundación TEMAS  
Fundación Tiempo de Vivir  
Fundación Tzedaka  
Fundación Uniendo Caminos  
Fundación Universitaria Dr. René G. Favaloro  
Fundraising S.A.  
Fundación Zaldivar  
FUNDALEU (Fundación para combatir la leucemia)  
FUSAVI (Fundación Médica de Salud Visual y Rehabilitación)  
GAMA (Grupo Apoyo Mal Alzheimer)  
Greenpeace Argentina e Internacional  
Hábitat para la Humanidad Argentina  
Hogar Amparo Maternal  
Hogar de Niños María Luisa  
Hospice Buen Samaritano  
Hospice Madre Teresa  
Hospice San Camilo  
Hospital Británico de Buenos Aires  
Hospital Italiano  
Hospital Universitario Austral  
Hüella - Espacio Solidario

Iglesia Santa Catalina de Siena  
In2action  
Instituto Argentino de Ejecutivos de Finanzas  
Instituto Ballester  
Instituto Madero  
ITBA (Instituto Tecnológico de Buenos Aires)  
Knights Bridge Partners  
La Usina Asociación Civil  
Latinoamérica Dona S.A  
Lazos Fundraising  
Los Samaritanos  
Mei Club Cata con Arte  
MSF (Médicos Sin Fronteras)  
Nuestras Húellas  
Obra del Padre Mario  
Obra Don Orione  
Orden Hospitalaria San Juan de Dios  
PANAACEA (Programa Argentino para Niños, Adolescentes y Adultos con Condiciones del Espectro Autista)  
Parroquia Nuestra Señora de Itatí  
Parroquia Nuestra Señora de la Cava  
Patronato de la Infancia, Pescadores  
PHYLIA  
Plan Techos Campo de Actividad Vivienda y capacitación  
Poder Ciudadano  
Poleas Global  
Proactiva Asociación Civil  
Pro Mozambique  
Proyecto Pura Vida  
Quendar S.A. (Agencia de Comunicación de Marketing)  
Recitativo  
RELINFA  
Rotary International  
Scouts de Argentina Asociación Civil  
Sociedad Argentina de la Voz  
St. George's College  
Surcos  
Taglit Birthright Israel  
TECHO  
UNICEF Argentina  
UNICEF Uruguay  
UdeSA (Universidad de San Andrés)  
Universidad Nacional de Gral. San Martín (UNSAM)  
Universidad Nacional de Tres de Febrero  
Vicky y Vero Aguirre Saravia.

También AEDROS se vincula con aliados estratégicos, inversores sociales, *sponsors* y colaboradores.

## BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

Asociación Civil Periodismo Social. (2007). *Las ONG son noticia: estrategias para optimizar las relaciones entre organizaciones sociales y medios de comunicación*. Edición Periodismo Social, Buenos Aires

Balfhor, C. (2007). *Cómo administrar una organización no gubernamental (ONG) – Voluntariado*. Editorial Educa, Buenos Aires. Pp. 95 a 110..

Comunia Asociación Civil. (2012). *Manual de Comunicación para organizaciones sociales: Hacia una gestión estratégica y participativa*. Edición Comunia, Buenos Aires.

Cutlip y Center [et al.]. (2006). *Relaciones Públicas eficaces*. Editorial Gestión 2000, Barcelona. Cap. 16. Pp. 611 a 622.

Fundación Compromiso (2012). *Cultivar el compromiso. Manual de desarrollo de fondos para organizaciones sociales*. Editorial Granica, Buenos Aires. Pp. 29 a 83.

Fundación del Viso, [et al.] (2005). *Todo Lo que usted necesita saber sobre cómo generar recursos*. Fascículos del Tercer Sector. Edición Tercer Sector, Buenos Aires. Cap. 1 y 2. Pp. 1 a 16.

Roitter, M. y González Bombal, I., [et al.]. (2000) *Estudios sobre el Sector sin fines de lucro en Argentina*. CEDES, Buenos Aires. Pp. 15 a 100.

Recuperado de: [www.aedros.org.ar](http://www.aedros.org.ar) - 28 de marzo de 2014