

# Como optimizar los procesos de comunicación de las ONG's para mejorar su capacidad de incidencia

Lic. Guillermo Caro

CIUDADANO COMPROMETIDO



Llévate tu Tablet o descubre una nueva forma de jugar.

69€

VEHIDA

DE MEX

100 ANOS

SANJOSE









**Link para ver el video online**  
<https://youtu.be/LAqVD-KJYQI>



# El rol de la publicidad llevada al terreno social

**Informativa:** se trata de difundir un proyecto o programa, cuyas características hay que dar a conocer.

**Persuasiva** es más apropiada en una situación de emergencia o urgencia donde promovemos la solución.

**Recordación:** se utiliza para retomar soluciones ampliamente conocidas y se busca que el público objetivo no se olvide de ponerla nuevamente en práctica.

# **El rol de la publicidad llevada al terreno social**

**Beneficios:** se centra en comunicar las características y beneficios que proporciona su programa u organización a un determinado problema o causa social.

**Recaudación:** se aplica con el objetivo de conseguir fondos, socios, recursos, voluntarios, etc.

**Institucional:** se centra en promocionar la imagen de una organización con el fin de generar actitudes y opiniones favorables hacia ella que se traduzcan, posteriormente, en una donación o aceptación de los mensajes o programas que promueve.

# Plan de comunicación integral

**Qué quiero comunicar → fijar los objetivos de la comunicación**

**A quién → identificar a los públicos externos e internos**

**Con qué estrategia → establecer el procedimiento con el que dirigirnos a cada tipo de público**

**En qué tiempo → fijar el calendario de acciones concretas**

# Objetivos de Comunicación

¿Qué queremos lograr con la comunicación?

- ¿Hacer tomar conciencia de un tema?
- ¿Crear conocimiento de una causa?
- ¿Dar a conocer el trabajo de una organización?
- ¿Reforzar conductas?
- ¿Cambiar conductas?
- ¿Reforzar o cambiar una opinión?
- ¿Cambiar la imagen de la organización?
- ¿Atraer nuevos socios o donantes?

# Estrategia es:

“Ciencia y arte de concebir, utilizar y conducir medios (recursos naturales y humanos) en un tiempo y en un espacio determinado para alcanzar y/o mantener los objetivos establecidos para un fin último”.

*“Cuando has comprendido el Camino de la Estrategia, ya no hay nada que no puedas comprender”.*

*Miyamoto Musáis*

## Prevenir

- Proveen información para disminuir las posibilidades de que algo suceda.

## Concientizar

- Instalan un tema en la sociedad.
- Incitan a la reflexión y ayudan a pensar.

## Llamar a la participación

- Donaciones
- Voluntarios
- Ayuda
- Activismo
- Acción

# La clave está en saber

- ✓ Quién comunica
- ✓ Qué comunicamos
- ✓ Dónde comunicamos
- ✓ Cuándo comunicamos
- ✓ Cómo comunicamos
- ✓ Para qué comunicamos
- ✓ Por qué comunicamos

# Plan de comunicación

1º.- Fase de investigación

2º.- Fase de creación del plan  
de comunicación

3º.- Fase de control y  
evaluación

# Plan de comunicación

## 1º.- Fase de investigación

Obtener un buen conocimiento de lo que se quiera promocionar y de la situación de la temática social y público al que va dirigido.

Si la información de la organización no es suficiente, se inicia un plan de investigación

# Plan de comunicación

2º.- Fase de creación del plan de comunicación

- Toma de decisiones
  - Fijación de los objetivos de la campaña
  - Determinación del público al que nos dirigimos
  - Presupuesto necesario o disponible
- Elaboración de la estrategia
  - Creatividad del mensaje
  - Planificación de medios
  - producción

# Plan de comunicación

## 3º.- Fase de control y evaluación

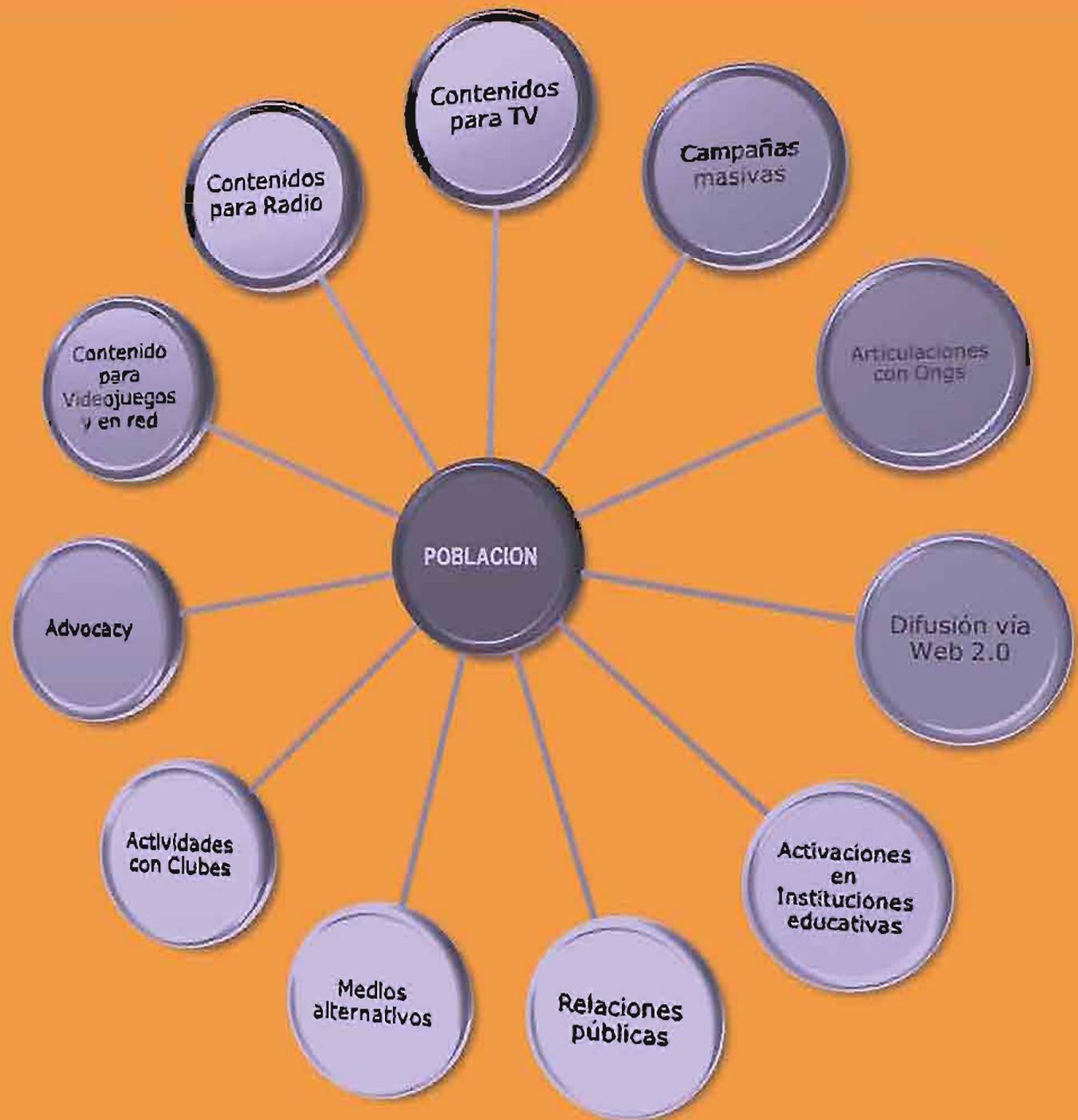
### ○ Control

- Se verifica que las inserciones publicitarias aparecen en las condiciones contratadas o conseguidas

### ○ Evaluación

- Se evalúa el efecto obtenido sobre el público objetivo

- Cómo llegar al público objetivo por todos los medios posibles (incluso cómo crearlos si no existen).
- Cómo potenciamos el concepto en los medios.
- Cómo aprovechar las nuevas tecnologías y medios alternativos al servicio de su causa social.





**Link para ver el video online**

<https://youtu.be/4tAvvU8y9EU>



# Imagen de una marca y posicionamiento de la Organización



**Wise and Solace**  
**F o u n d a t i o n**



**before-after**  
**campaign**  
Advertisers Without Borders

**MUJERES WICHÍ Y CRIOLLAS**  
**MISIÓN NUEVA POMPEYA**  
**CIFF N° 29**



**MADRE LAURA**





**before-after**  
**campaign**  
Advertisers Without Borders

**SOLNACIENTE**  
ORGANIZACION BARIAL  
CENTRO DE ATENCION Y RECUPERACION  
PARA MUJERES  
APOYO ESCOLAR Y HOGAR PERMANENTE  
PARA MUJERES Y NIÑOS  
EN SITUACION DE CALLE  
SECC. CENTRAL ACUASINDE VEDIA 2442  
SE RECIBEN DONACIONES AL 4450-6459





Desde donde lograrlo

PUBLICIDAD

PRENSA

PROMOCION

CONTENIDOS

MARKETING SOCIAL

MARKETING CON CAUSA

REPUTACION SOCIAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL

# REPUTACION SOCIAL

**“La gestión de la Reputación Social es ya un imperativo que toda marca debería incluir en su filosofía de empresas y marcas. Las acciones que haga más allá de su mera actividad comercial, su compromiso con el entorno y su comportamiento como organización son factores determinantes para los consumidores a la de decidirse por una marca u otra”.**

# MARKETING SOCIAL

El marketing social comprende los esfuerzos por cambiar el comportamiento público por otro que la sociedad estime deseable.

Philip Kotler

*Puede ser aplicado tanto por empresas como por organizaciones y gobiernos, pues el objetivo es transformar hábitos de pensamiento, actitudes y comportamientos.*



**Link para ver el video online**

<https://youtu.be/WGRtJWli6YM>

<https://youtu.be/ThZSjjpmBjo>

# Formas de colaboración

- Donación de fondos
- Donación de bienes y servicios
- Apoyo económico para proyectos
- Patrocinio de eventos
- Recaudación mediante su red comercial
- Campañas de 1 +1 con sus trabajadores
- Gestión para fortalecimiento organizacional

# MARKETING CON CAUSA

El marketing con causa es una herramienta mediante la cual una empresa se compromete a colaborar con un proyecto social a cambio de beneficios económicos.

SERENISIMA

Al cuidar tu alimentación  
cuidas la de muchos más.

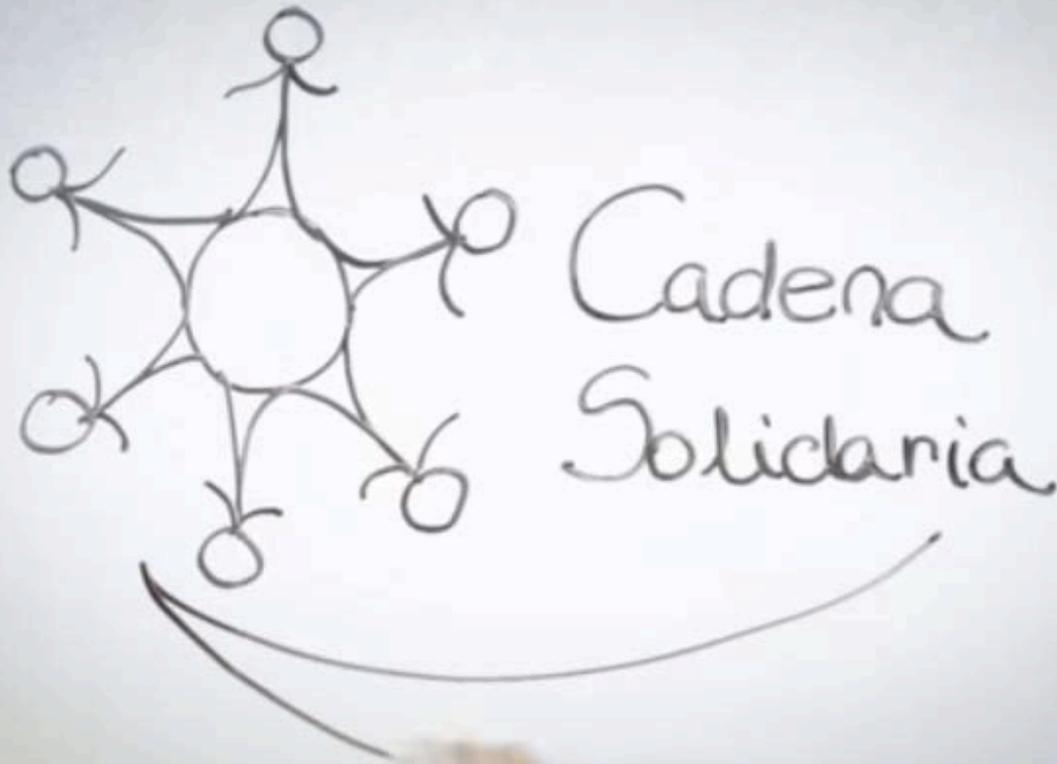


Cada vez que elegis nuestros productos estás colaborando con la DONACIÓN DE HELADERAS A COMEDORES DE LA FUNDACIÓN BANCO DE ALIMENTOS ampliando así el acceso a la alimentación saludable de miles de familias.



Walmart





**Link para ver el video online**

<https://youtu.be/V7tchopxxmg>



**Link para ver el video online**

<https://youtu.be/GJZZOLGNK9k>

<https://youtu.be/ZISpLLMaoa0>

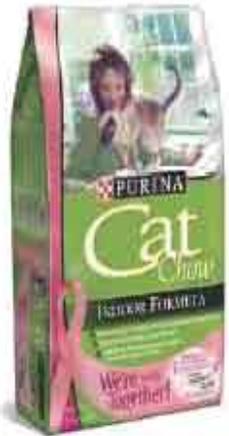


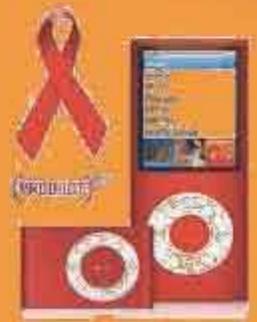
Cada vez que compras  
productos Dove®  
apoyas la lucha contra  
el cáncer de mama.

Dove® continúa en la lucha contra el cáncer de mama, para recordarte  
que la autocexploración sigue siendo la mejor forma de detectar a tiempo.

Únete a Dove® nuevamente, y participa en la lucha contra este mal.  
Con tu ayuda Dove® destinará el 2% de las ventas de todos sus productos  
hasta noviembre, para apoyar a la Fundación Cruz® contra el cáncer de mama.

Forma parte de la lucha, en tus manos está acabar con este mal.







## Tu marcha. Tu causa.

Hoy no hay cura conocida para el cáncer de mama. Pero juntos podemos tener esperanza para el mañana. Únete a una marcha, haz una donación o una compra en nuestra colección de lazos rosas a beneficio de la campaña Avon contra el cáncer de mama. Ponte en marcha. Marca la diferencia.



Ver la colección Pink Ribbon



Más información sobre la Marcha



# EasyTone Rush - Pink Ribbon

Product # J03946

£75.00 \*



0 Reviews

Submit a Review



Checkout Mel B. and Kim Kardashian talking about EasyTone in the video below! This shoe is tailor-made for walking, with a slanted heel to propel your foot forward. Combine that with the latest technologies for comfort and muscle-toning benefits.

Synthetic and textile upper/textile lining/synthetic sole

- EasyTone uses balance pods in the shoes to create natural instability, much like walking on a sandy beach, which encourage toning



1. Select Colour

2. Size

3. Qty

4. Cart



2.5	3	3.5	4	4.5	5
5.5	6	6.5	7	7.5	8
8.5					

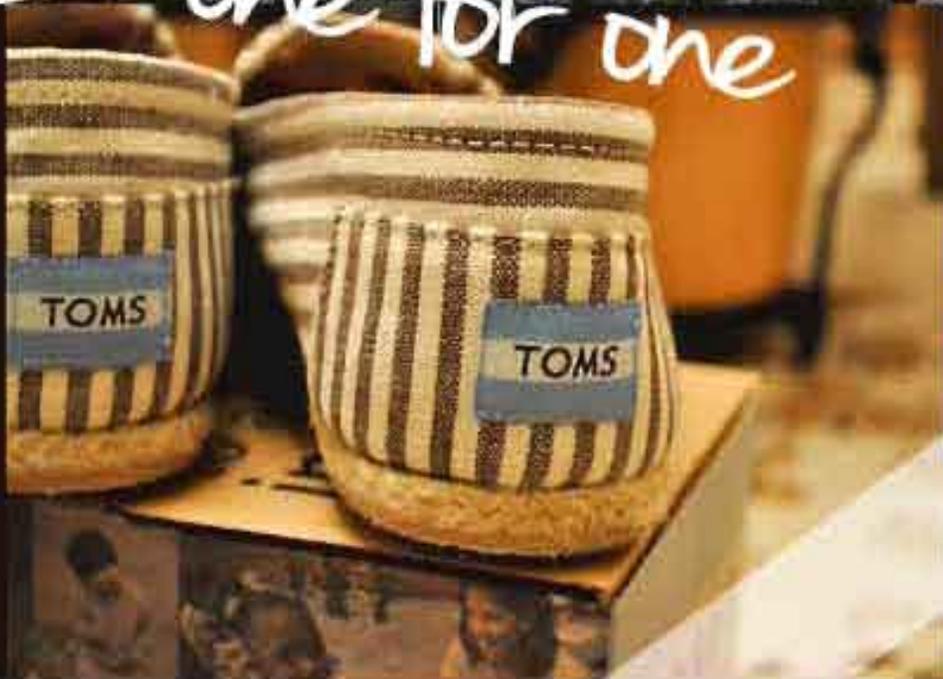
0 ▼

Add to Cart

\* Prices incl. VAT and excl. shipping charges!



TOMS - one for one



# RESPONSABILIDAD SOCIAL

Responsabilidad social empresarial (RSE), se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido.

# RESPONSABILIDAD SOCIAL

Empresarial

Universitaria

Estatal

Fundaciones

Organizaciones

Ciudadanos

Etc.

**NO ES FILANTROPIA**

# Escenarios fundamentales



# Externa



# Herramientas de comunicación de RSE

- Etiquetas de los productos
- El embalaje
- Las relaciones con los medios de comunicación
- Boletines informativos
- Actos relacionados con los lanzamientos
- Informes
- Carteles
- Hojas publicitarias
- Folletos
- Guías informativas
- Sitios web
- Anuncios
- Paquetes informativos
- boca/oreja.



**Link para ver el video online**

<https://youtu.be/Q6paUMwryhM>

# 1- Difusión y/o apoyo de acciones

## Recomendaciones:

- Encontrar en el ADN de tu empresa la causa.
- Identificar a la o las organizaciones referentes.
- Planificar el desarrollo a mediano plazo

## 2- Desarrollo y difusión de contenidos en los medios.

- ¿Hacer tomar conciencia de un tema?
- ¿Crear conocimiento de una causa?
- ¿Dar a conocer el trabajo de una organización?
- ¿Reforzar conductas?
- ¿Cambiar conductas
- ¿Reforzar o cambiar una opinión?
- ¿Cambiar la imagen de la organización?
- ¿Atraer nuevos socios o donantes?

# OPORTUNIDADES

No depender de los tsunamis

# Por México... ¡Unámonos!

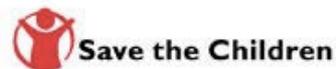


Tras el paso de las tormentas tropicales Ingrid y Manuel que afectaron gravemente varios estados de la República Mexicana, **te invitamos a ayudar**

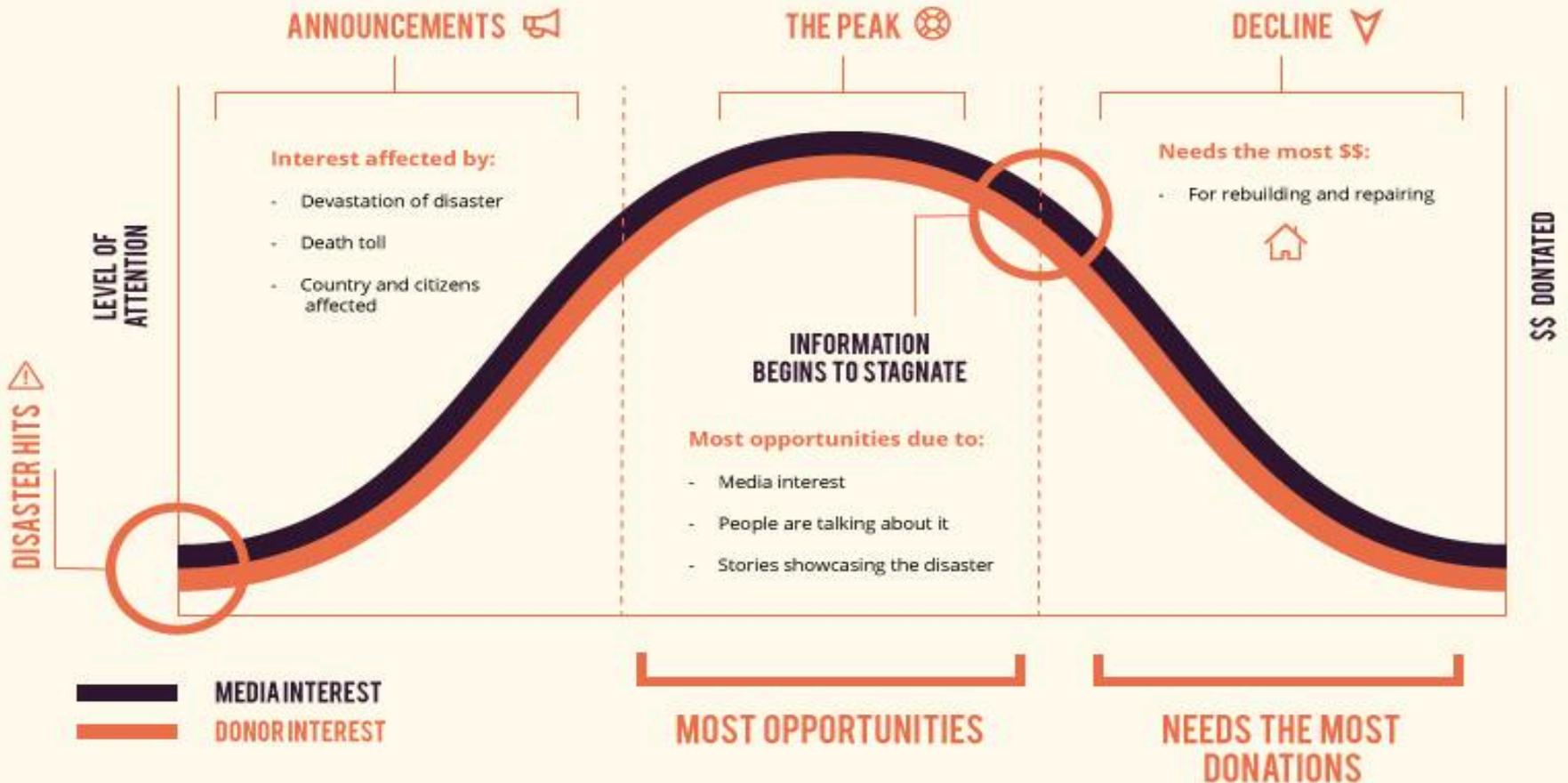
**Donar es muy fácil:**

- ▶ A través de nuestros más de **6 mil cajeros automáticos**.
- ▶ Clientes HSBC, al teléfono **5721 3390**, en la Ciudad de México y al **01 800 712 4825** en el resto de la República, eligiendo la **opción 7**, con cargo a tu Cuenta de Cheques, Tarjeta de Crédito o a tu Tarjeta de Débito.
- ▶ Depósitos en la Cuenta RAP **111** referencia **México**, en HSBC.

Los fondos recaudados serán canalizados a:  
**Save the Children México** (Fundación Mexicana de Apoyo Infantil A.C.) para apoyo a familias en albergues y **Fundación CMR, A.C.** para entrega de alimentos en especie.



# EMERGENCY FUNDRAISING ATTENTION CYCLE



ntegr!ty



ACOMPANAN



CONSEJO PUBLICITARIO ARGENTINO  
PARA EL BIEN PÚBLICO

### GANADORES

Conocé los ganadores de la 2ª Edición

LAS BUENAS  
IDEAS  
GANAN ESPACIO



### Concurso Buenas Causas

Fundación La Nación junto con el Consejo Publicitario Argentino, Publicitarios sin Fronteras, Comunia Asociación Civil y Wingu, convoca a grupos articulados de ONG y comunicadores a participar del Concurso Buenas Causas.

El certamen busca incentivar la creación de campañas creativas que apunten a dar **visibilidad a una causa social** y motiven la **sensibilización y movilización** ciudadana.



SOS ONG

SOS COMUNICADOR

SOS UNIVERSIDAD

PROTEGÉ A TUS HIJOS.  
SUJETALOS A SUS SILLAS  
DE SEGURIDAD.

EN EL AUTO

**HAY UNA SOLA MANERA DE ABRAZARLOS**



Campaña de concientización vial  
para el transporte seguro de los chicos.  
[www.talentosparalavida.com](http://www.talentosparalavida.com)

CON LA PARTICIPACIÓN DE:





# Comunicación racional, emocional e instintiva

El contenido del mensaje publicitario y la idea elegida para expresarlo pueden reforzar su capacidad persuasiva por medio de tres técnicas:

- Racional
- Emocional
- Instintiva



Interpretan de diferente manera el comportamiento del público

# Nuevas tendencias: los Storytelling

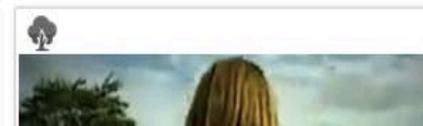
www.netspirit.tv



Suscribirse

INICIO SUMATE BLOG FAQ

Netspirit|Historias de Vida





# ¡Yo me animo!

## Animate a cuidarte



Clickeá y arrastrá para navegar





### Las terapias grupales ayudarían a vivir más tiempo a las mujeres con cáncer de mama

Un estudio reciente ha demostrado que las mujeres con cáncer de mama que participan en terapias grupales viven más tiempo que las que no lo hacen.

**54%**

**"Para mí fue una inyección de esperanza"**

Me da en la vida de...  
Marta Cecilia Pulcinella



Compartir experiencias liberar los miedos

¡Anímate a cuidarte y no alentar!



¡Anímate a cuidarte y no alentar!

YAROMIANA DEHREUS

Alde - Ciudad

moama

### ¿Se actuaría de la misma manera frente a la infección de mama?

50 saloni

¿Se actuaría de la misma manera frente a la infección de mama?

¿Se actuaría de la misma manera frente a la infección de mama?

## SALUD

### Cáncer de mama: es vital realizarse el autoexamen



El autoexamen de mama es una herramienta fundamental para detectar precozmente cualquier anomalía en el seno. Según los expertos, realizarlo regularmente puede reducir hasta un 40% el riesgo de morir por esta enfermedad.

El autoexamen debe realizarse una vez al mes, preferiblemente a la misma hora de cada mes. Se debe observar y tocar el seno con los dedos pulgares e índices de ambas manos, buscando cualquier bulto, cambio de tamaño o forma, o alteración en la piel.

Si se detecta alguna anomalía, es fundamental acudir al médico inmediatamente para que realice un diagnóstico preciso.

### Palatinas expón



Palatinas expón

Palatinas expón

Palatinas expón



cooliris



### ¡Subí tu mensaje!



[f Share](#) [t Tweet](#) [e Email](#)

### Animate y compartilo



[f Share](#) [t Tweet](#) [e Email](#)

### Ellos también nos apoyan



[f Share](#) [t Tweet](#) [e Email](#)

HOME

DECÍ:  
BASTA YAI

SUMATE

CONTALE  
A TUS AMIGOS

SOBRE  
BASTA YAI

PRENSA



# BASTA YAI

"BASTA YA de Minería Metalífera a Cielo Abierto y de Radiactivos,  
es una iniciativa de **Conciencia Solidaria ONG** interprovincial.



cooliris





# The Children **Not**work



IT HAPPENS IN A SOCIAL NETWORK,  
IT HAPPENS IN THE REAL WORLD.

215MM children who work need to stop going unnoticed.

    [thechildrennetwork.org](http://thechildrennetwork.org)





# Pastillas contra el dolor ajeno

6 caramelos  
mentolados en azúcar



De venta  
en tu  
farmacia

Por sólo  
**1€**

Por sólo  
**1€**

## Pastillas contra el dolor ajeno

Compra estas pastillas  
y ayúdanos a tratar  
a miles de enfermos olvidados



Pastillas  
contra el dolor  
ajeno

[www.pastillascontraeldolorajeno.com](http://www.pastillascontraeldolorajeno.com)





## Redes sociales

Disfruta la campaña a través de tus contactos en redes sociales. Comparte en Facebook, Twitter, Instagram y Flickr.



Pastillas contra el dolor ajeno en Facebook



Pastillas contra el dolor ajeno en Twitter



Pastillas contra el dolor ajeno en YouTube

## Pide tu pack de activista



Con el pack de activista de pastillas contra el dolor ajeno puedes hacer tu propia campaña. Recibirás un paquete por correo postal con los posters, libro de recetas y chapa de la campaña.

Nombre *	<input type="text"/>	Via *	<input type="text"/>
Apellido 1 *	<input type="text"/>	Dirección *	<input type="text"/>
Apellido 2	<input type="text"/>	Número	<input type="text"/>
MIRME *	<input type="text"/>	Otros datos	<input type="text"/>
Correo *	<input type="text"/>	Código postal *	<input type="text"/>
Teléfono fijo	<input type="text"/>	Población *	<input type="text"/>
Teléfono móvil	<input type="text"/>	Provincia *	<input type="text"/>
Quiero recibir información de MSF	<input type="checkbox"/>	País *	<input type="text" value="ESPAÑA"/>

\* El pack sólo está disponible en España

**ENVIAR**

## Pastillas contra el dolor ajeno en tu web

Descarga banners y vídeos que puedes usar en tu web o blog. De esta manera tus visitas también conocen la campaña.



A black and white photograph of two men from the chest up, both with their mouths wide open in a shout or scream of pain. The man on the left has a full beard and dark hair, while the man on the right is balding with a mustache. The background is dark. In the center, there is white text and a red button.

Participa en nuestra nueva campaña  
**GRITA DE DOLOR AJENO**  
Firma el manifiesto contra el dolor  
ajeno y hazte oír ▶

VER VIDEO ▶

**16<sup>TH</sup> OCTOBER 2012**  
**WORLD FOOD DAY**

Hunger kills 2.5 million children every year.  
Your donation nourishes: [www.unicef.ch](http://www.unicef.ch)



# Día mundial CONTRA EL TRABAJO INFANTIL



En todo el mundo, cientos de miles de niñas y niños realizan trabajos que los privan de la educación, la salud, el tiempo de ocio y las libertades elementales. De estos, más de la mitad están expuestos a las peores formas de trabajo infantil, como el trabajo realizado en entornos peligrosos, la esclavitud u otras formas de trabajo forzoso.

**NIÑOS TRABAJANDO  
EN EL MUNDO\***  
**215 MILLONES**

**POR SEXO**  
Niños **127 millones**  
Niñas **88 millones**

**SECTORES DONDE  
SE DESARROLLAN**



**LOS PEORES**  
Esclavitud  
Tráfico de personas  
Servidumbre por deudas  
Prostitución y pornografía

**EN TRABAJOS PELIGROSOS**  
**115 MILLONES**

\*Que afecta a niñas y niños de 5 a 17 años de edad

**Tipos de trabajos peligrosos**

Uso de maquinaria, equipos e instrumentos peligrosos

Contacto físico psicológico o sexual

Bajo techo, bajo el agua, en altura, peligrosos o en espacios cerrados

En medio de cables o espinas, en superficies resbaladizas o inestables, agitando o presionando peligrosos

Con líquidos, químicos o tóxicos

Los que reflejan su nivel de desarrollo y el tipo de sociedad del trabajador

**MUERTES**  
Por accidentes laborales  
**22 MIL al año**

**REGIONES CON MÁS  
NIÑOS TRABAJANDO**



**INFANTES LABORANDO  
EN LATINOAMÉRICA**  
**5.7 MILLONES**

**LA SITUACIÓN EN MÉXICO**  
Niños trabajando (Menor de 14 años) **1 de cada 6**  
Es decir, con todo trabajo infantil



**DÍA MUNDIAL CONTRA EL  
TRABAJO INFANTIL 2012**

Derechos humanos y justicia social...  
erradiquemos el trabajo infantil!



En 2010, la comunidad internacional adoptó una Hoja de ruta para la eliminación de las peores formas de trabajo infantil para el 2016, que señala que el trabajo infantil representa un obstáculo para los derechos del niño y para el desarrollo en general. El Día mundial de 2012 pretende poner de manifiesto el camino que queda por recorrer para hacer de la Hoja de ruta una realidad.

**ntmx**

Comunicación y medios  
Investigación y Resiliencia (Mesa Juvenil)  
Derechos, Ciudadanía y Justicia

Foro Global Interamericano - Organización Internacional del Trabajo (OIT) - UNICEF



# #undiaparadar

#GI♥INGTUESDAY

EL DÍA EN QUE EL MUNDO SE UNE PARA DAR



Acerca de ▾

Organizaciones ▾

Acciones

Recursos ▾

Ideas ▾

Prensa y Medios ▾

2013 ▾

MARTES

02

DICIEMBRE

**#UnDiaParaDar #GivingTuesday** es un movimiento global que busca incentivar y multiplicar las **acciones positivas** de las personas. Propone realizar y difundir **miles de acciones** solidarias durante el mismo día en todo el mundo; un día que contribuya a que las personas se comprometan a DAR más, y a DAR mejor, todo el año.

En 2014 este día es el **martes 2 de diciembre**.



PARA PERSONAS



PARA ONGS



PARA EMPRESAS



## NetSpirit

Para cambiar el mundo hay que empezar por uno mismo.  
Bienvenidos al primer portal dedicado a los contenidos con valores para la búsqueda del despertar espiritual.



Recomendados

Nuevos

Búsqueda por palabra clave

Buscar

Para ver cuando y donde quieras. Gratis, para siempre.

### HISTORIAS DE VIDA

Ver todos



Tippi, la niña de la selva

+  
13:39



El amor te libera  
*Dr Maya Angelou*

+  
05:34



La historia de María Lucía  
*María Lucía Tarayre*

+  
13:08

### OBRAS

Ver todos



Música para el alma

+  
06:15



Déjate ayudar

+  
01:58



Dar y recibir con dignidad  
*thestreetstore.org*

+  
02:00

Pin It

# Tus acciones positivas dejan tu *Marca* en el Mundo

COMIENZA

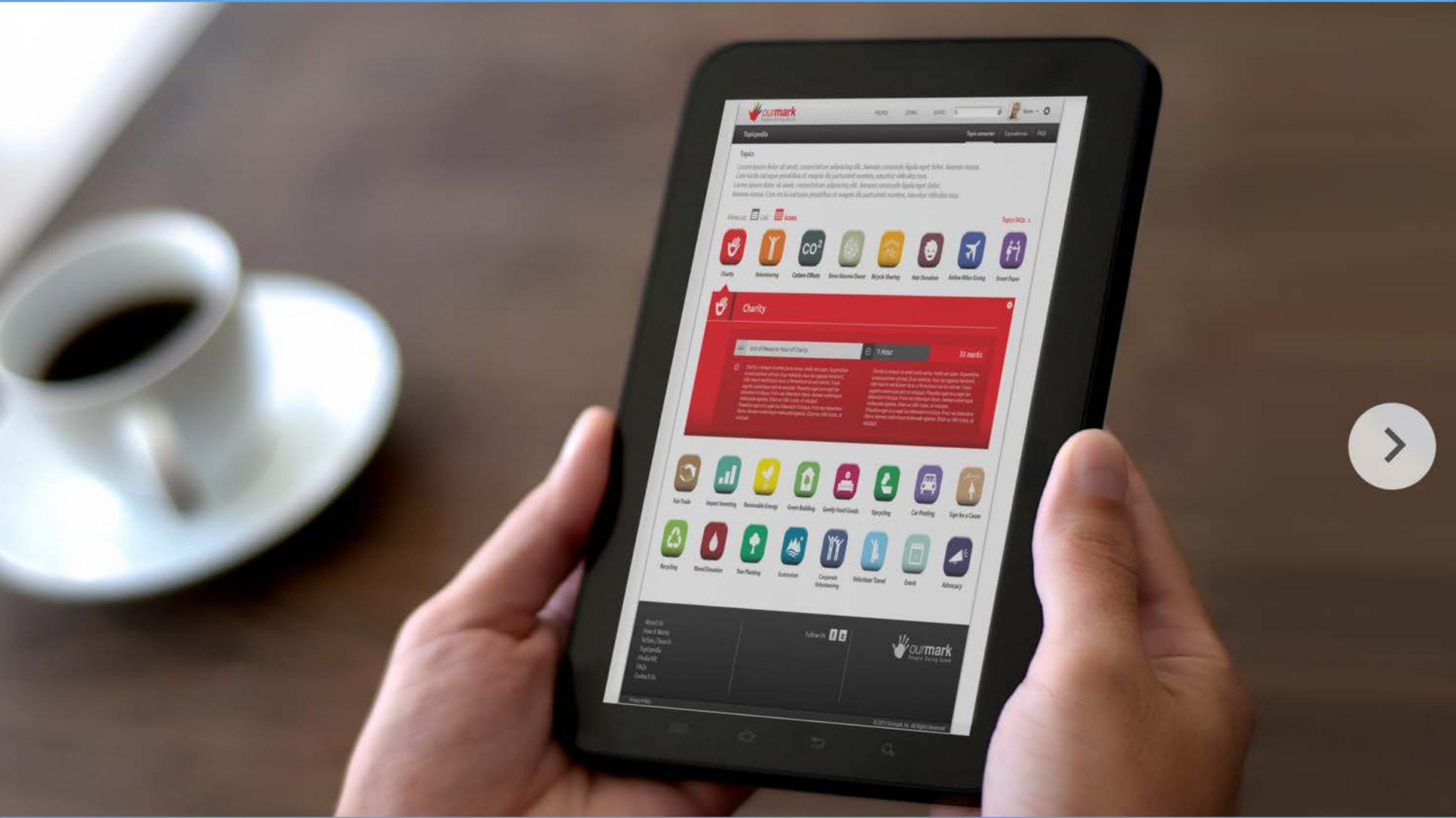


Mira  
el video!

20 + Topics que pueden ser parte de tu Marca.



¡Fíjate qué bien podrían verse tus acciones positivas!







Certified by

ISSUED TO | Carlos López

On | January 05, 2012 (70 days ago)



60 MARKS



TREE PLANTING

Trees Planted ▶

6 ( six )

Event ▶

Day at St. Andrew´s Scots School.

Total ▶

276 Trees planted in event



Buenos Aires  
Argentina



Students on their day in the field during Tree Planting Day.

Let us show you how children are saving the planet!

Plant for the Planet Argentina Blog

Learn More



To go to on-line book

Click on Tree by Tree book cover

written by Felix and friends



Go to OurMark

Join our program

Add a Comment

View last comments

Like



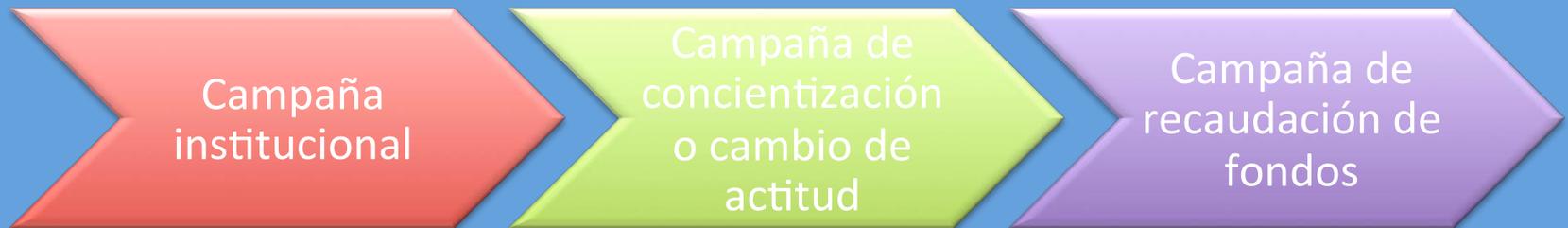
Powered by ourmark  
social network of doing good



**Link para ver el video online**

<https://youtu.be/M8iMlv3lj4g>

# Plan de medios



# Análisis del mensaje

## Preguntas básicas

¿Qué decir? → mensaje básico

¿Cómo decirlo? → manera de contar el mensaje

¿A quién decírselo? → público al que nos dirigimos

¿Cuándo decirlo? → momento elegido para que el público vea, lea o escuche el mensaje

¿Dónde decirlo? → soporte utilizado



# CONTENIDOS

# Agenda pública



## Caso Marita Verón

Desapareció el 3 de abril del año 2002 con 23 años en San Miguel de Tucumán

600 VÍCTIMAS LIBERADAS

2.579 VÍCTIMAS RESCATADAS



En el año 2008 por la ley 26.364 que tipificó la trata de personas como delito federal

Fundación Angeles, madre



búsqueda de Trimarco fue solo en el emblema de la lucha por las personas.

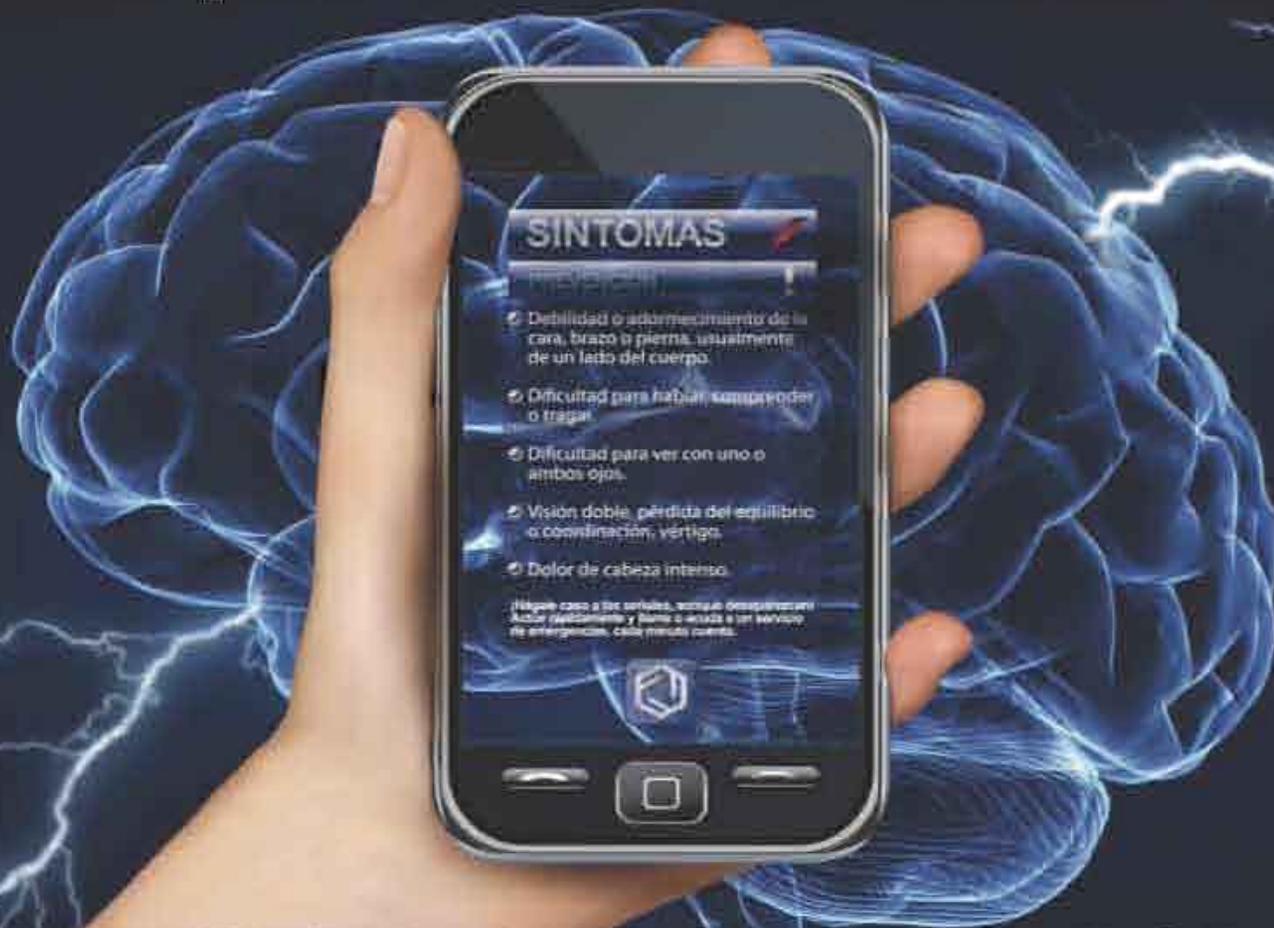


Las investigaciones realizadas principalmente por su madre, Susana Trimarco, encontraron su rastro en prostibulos de La Rioja, pero nunca dieron con ella.



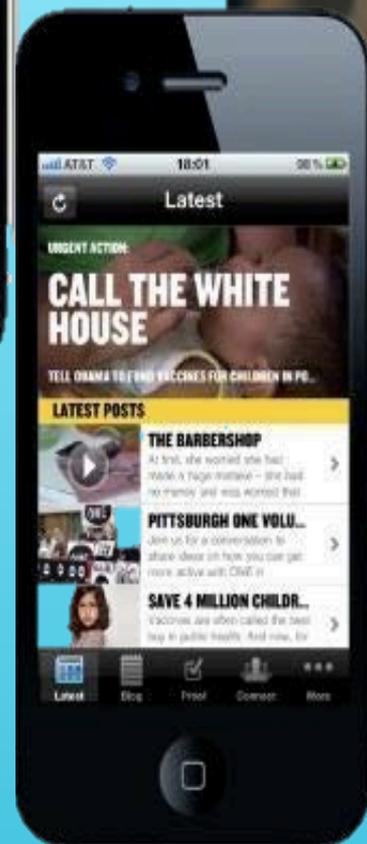
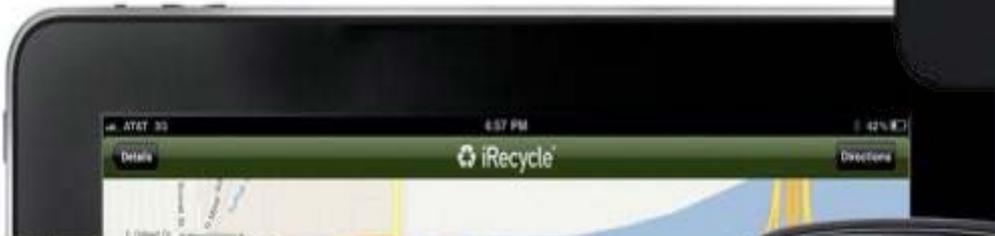
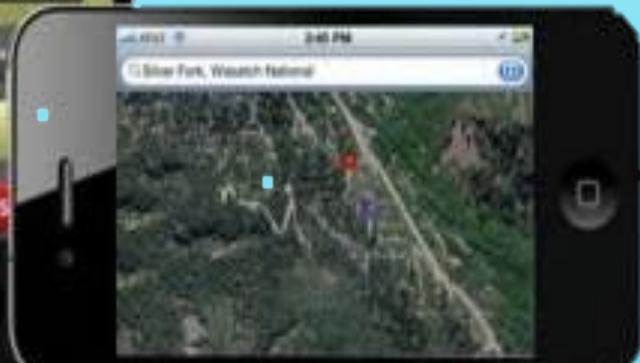
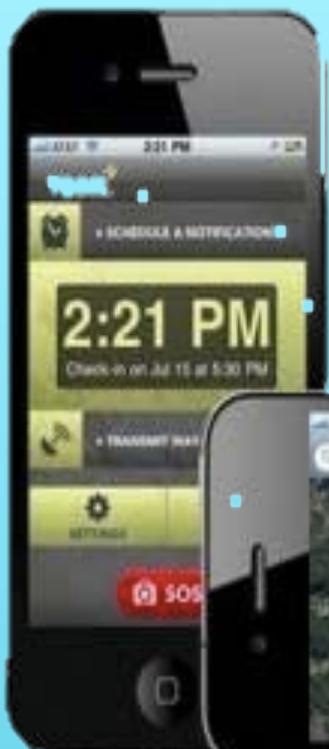


# Conocer los síntomas de un ataque cerebral salva vidas.



**Ingrese a [www.fleni.org.ar/acv](http://www.fleni.org.ar/acv) y descárguelos en forma gratuita. Téngalos siempre a mano.**







Dove cree que la belleza  
no sólo se viste  
con talle 36.  
¿Y vos, qué pensás?

- verdad  
 mentira

Participá del debate acerca de los estereotipos  
en nuestro sitio

[www.porlabellezareal.com.ar](http://www.porlabellezareal.com.ar)



por la  
belleza  
real

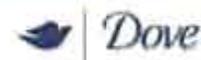


Dove cree que no todos  
debemos perseguir  
un mismo perfil.  
¿Y vos, qué pensás?

- verdad  
 mentira

Participá del debate acerca de los estereotipos  
en nuestro sitio

[www.porlabellezareal.com.ar](http://www.porlabellezareal.com.ar)



GLOBAL  
WARMING  
READY



DIESEL



facebook



Photo: EPA



Quickly find and connect with friends in the area. Mark them safe if you know that they're OK.  
Are you in the affected area? Yes, let my friends know.

[www.facebook.com/safetycheck/nepalearthquake](http://www.facebook.com/safetycheck/nepalearthquake)



advertisers without borders  
publicidad sin fronteras  
annonces sans frontières



Ellos ya dijeron Presente para que miles de chicos puedan seguir estudiando.



Muchos chicos esperan una oportunidad para seguir estudiando. Y muchas escuelas rurales también necesitan de tu ayuda. A través de APAER y de Cimientos digamos ¡PRESENTE! Si querés saber como donar llamá gratis al 0800-777-1000 o entrá a [www.digamospresente.org](http://www.digamospresente.org). Sumate a todos los que ya dijeron Presente. Con el aporte de todos en el presente, miles de chicos podrán tener un mejor futuro.



Doná. Llamá gratis al 0800-777-1000 o entrá a [www.digamospresente.org](http://www.digamospresente.org)



TALLERES

HOJA PADRES

HOJA MAESTROS

HOJA PERIODISTAS

# JUGÁ Y HACETE AMIGO DEL SOL

INDICE RADIACION UV

DEJANOS TU OPINION




**MEMO-SOL**



**TOMÁ SOMBRA**



**GUARDIANES DEL SOL**



**CONSEJOS**

1

BUSCÁ LA SOMBRA.

2

USÁ ROPA QUE CUBRA TUS BRAZOS, TUS PIERNAS Y TU CUERPO.

3

USÁ UN SOMBRERO DE ALA ANCHA PARA PROTEGER TU CARA Y TU CUELLO.

4

PONETE ANTEOJOS GRANDES PARA PROTEGER TUS OJOS.

5

LOS MÉDICOS RECOMIENDAN QUE COMO MÍNIMO TE APLIQUES PROTECTOR SOLAR FACTOR 30 CADA DOS HORAS.

6

COMBINÁ ESTAS MEDIDAS. TODAS ELLAS SON IMPORTANTES PARA UNA CORRECTA PROTECCIÓN.



**¡Bienvenidos a WOOW! Alimenta tu diversión**  
 recorriendo las distintas estapas del tiempo con un personaje famoso y divertido.

**EXPLORE EXOTIC LANDS**

...de parientes...  
 ...mejorando una buena alimentación y la actividad...  
 ...que mejoran la salud...  
 ...de alimentos consumidos, que se regeneran con...  
 ...de dicho origen y...  
 ...en su vida...  
 ...de los alimentos de los...  
 ...de la vida...

**NUTRICION 10**



**Link para ver el video online**

<https://youtu.be/D69s8z7mWzk>



# WATERPUCHO

JUGAR

INSTRUCCIONES

salir

# SALOON



TIEMPO  
32



SALUD  
55



AGUA  
98



AHORRO  
\$2



salir

### Categorías

### Colección de advertencias

#### Temas

- Adicción
- Contenidos tóxicos
- Enfermedad cardiovascular
- Enfermedad cerebrovascular
- Enfermedad de boca
- Enfermedad de garganta o cuello
- Enfermedad de pulmón
- Enfermedad vascular periférica
- Exposición al humo de tabaco
- Muerte o enfermedad seria
- Otros efectos
- Problemas estéticos
- Problemas reproductivos

#### [+] Sudamérica

#### • MERCOSUR

#### • [+] América del Norte, Central y Caribe

#### • Otras regiones

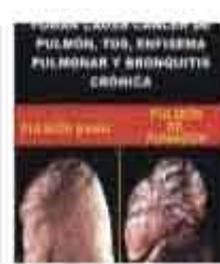
#### • [+] África



Código:73704076



Código:22788161



Código:28606760



Código:02838821



Código:86144845



Código:79002276



Código:12918917



Código:05824298



Código:02753100



Código:65067174



Código:72233703



Código:96533714

# Plataformas temáticas



Acerca de - Organizaciones - Recursos - Ideas - 2013 -

#UnDiaParaDar #GivingTuesday es un movimiento global que busca incentivar y multiplicar las acciones positivas de las personas. Propone cada año celebrar "el dar" convocando a las personas a realizar y difundir distintas acciones solidarias alrededor de un único día. Hay muchas maneras de participar, y todos pueden hacerlo: personas, organizaciones sociales, empresas, colegios, universidades...

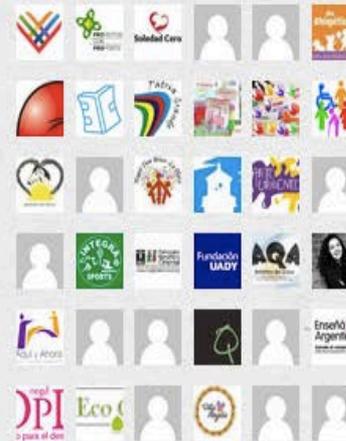
¿Quieres participar con tu organización? [Regístrala aquí](#)

Comparte este VIDEO y contagiemos este Día Para Dar!



## Organizaciones Participantes

451 registradas



Undiaparadar

Me gusta Te gusta esto.



**Link para ver el video online**

<https://youtu.be/6rIRBOX5uOw>

medcom®

sumándonos  
Responsabilidad Social Medcom



# ADN de la empresa

ENTRETENER

INFORMAR

INSPIRAR

# Ejes

## INFANCIA

EDUCACIÓN

DEPORTE

ALIMENTACIÓN

PROTECCIÓN

SALUD

(DERECHOS DE LOS NIÑOS, NIÑAS y ADOLESCENTES)

Compromiso compartido con  
empresas aliadas y anunciantes.

*“Asumimos el compromiso activo con el desarrollo y el porvenir de los Niños, Niñas y Adolescentes, en fomentar la promoción y garantía de sus derechos.”*



# Plan de RSE con la comunidad

Acciones	3
Programas	5
Campañas	6
Campañas de las organizaciones	12
Contenidos específicos en secciones de programas	+100

ENTRETENER

ENRIQUECER

EDUCAR

INSPIRAR

TV que  
te hace  
bien





ADIVIATE  
EN MI



para ti  
por ti



- Cómo llegar al público objetivo por todos los medios posibles (incluso cómo crearlos si no existen).

- Cómo potenciamos el mensaje en los medios.

- Cómo aprovechar las nuevas tecnologías y medios alternativos al servicio de organización



# GRACIAS

[internationalconsultant360@gmail.com](mailto:internationalconsultant360@gmail.com)