

Mejores Prácticas en casos de Desastres Naturales — Recaudación de Fondos

Una guía para comunicar un desastre natural a los medios de comunicación y al público

Pasos iniciales a considerar

1. **Emitir un comunicado de prensa lo más pronto posible** que contenga información, por ejemplo:
 - Los detalles específicos/magnitud del desastre (lo mejor que pueda)
 - Cómo se va a utilizar el dinero. Mientras más específico y transparente, mejor.
 - Cómo pueden las personas donar dinero (un vínculo de Internet, llamada gratuita a un número de teléfono, direcciones de correo, etc.)
 - Cómo pueden las personas ayudar aparte de una contribución monetaria (donar suministros, ofrecerse de voluntario, etc.)
 - Información de contacto para las preguntas de los medios de comunicación – alguien que esté siempre disponible para contestar preguntas frecuentes
 - Información acerca de cualquier aliado organizacional sobre la petición de recaudación de fondos
 - Información acerca de su fundación, incluyendo estatus tributario
 - Fotografías, si es posible

Recuerde que las personas donan con sus corazones, no con sus cabezas, especialmente relevante en momentos de catástrofe.

2. **Colocar los comunicados de prensa en todas partes**, en su sitio web (modificando la página de inicio si es necesario para destacar la campaña de ayuda humanitaria y los detalles sobre la donación), medios de comunicación sociales y en cualquier otra parte donde sea apropiado.
3. **Seguimiento a los medios de comunicación.** Muchas organizaciones noticiosas cubrirán el desastre y mostrarán las formas en que los lectores/televidentes pueden ayudar. Probablemente, usted deseará que se dé a conocer su petición de recaudación de fondos.

Comunicados de seguimiento

1. **Coloque los comunicados de prensa de seguimiento según sea necesario para ayudar a su petición.** Recapitule la información anterior y presente información, por ejemplo:
 - Cantidad de dinero recaudada
 - Nuevos acontecimientos notables
 - Progreso de la campaña

2. **Destaque historias individuales cuando sea posible.** Al presentar a individuos o historias específicas en sus comunicados noticiosos o seguimientos de prensa ayudará a su recaudación de fondos y habrá mayor probabilidad de aparecer en los medios impresos debido a que son más convincentes. Recuerde ser respetuoso de las personas a las que hace mención.
3. **Analice su estrategia y planes de recaudación de fondos durante y después del desastre.** Estos pueden cambiar, y eso está bien. Solo asegúrese de aclarar bien los cambios en sus comunicados posteriores y las razones de los mismos.

Algunas cosas que NO debe hacer

1. **Usar hipérboles o afirmaciones dudosas cuando describe el desastre.** Esto también aplica a cuando está describiendo cómo se va a utilizar el dinero.
2. **Hacer que sea difícil donar.** Haga que la forma en que se realiza la donación sea fácil de encontrar, usar y compartir en todos sus comunicados.
3. **Pánico.** Sea calmado y abierto al cambio en sus esfuerzos de comunicación. Casi siempre, la catástrofe es inesperada, y sucederán cosas inesperadas después de la misma. Su fortaleza y resolución son esenciales para la confianza del donante.