

### SOLIDARIZA TU ENERGÍA

**Marta Estrada Guillén** (*Universidad Jaume I, España*)  
**Diego Monferrer Tirado** (*Universidad Jaume I, España*)

**Andrea Andreu Martín**  
**Blanca Fernández Unzaga**  
**Lucía Grandío Bravo**  
**Ana G. Iglesias Cappuccio**  
**Sara Torán Rosario**

#### Resumen:

A continuación se expone el caso de “Solidariza tu energía”, una campaña de comunicación creada por Susana Fabregat a favor de Aspropace, una fundación que nace por iniciativa de un grupo de padres con hijos afectados de parálisis cerebral.

Solidariza tu energía tiene como principal objetivo ilusionar a la gente a través de mensajes enérgicos y positivos. Quieren transmitir que con pasión y esfuerzo se puede ayudar a los demás y mejorar un poco el mundo en el que vivimos, a la vez que se recaudan fondos para Aspropace.

Nos centraremos y profundizaremos en la campaña de comunicación que lleva a cabo “Solidariza tu energía” y los eventos que realiza a favor de la Asociación.

poco.

#### Abstract:

We are going to discuss about the case of “Solidariza tu energía”. It is a campaign created by Susana Fabregat in favour of Aspropace, a non-profit association built by a group of parents with children affected by cerebral palsy.

“Solidariza tu energía” has as its main objective inspiring hope to people through its energetic and positive messages. It wants to transmit that with passion and strength it is possible to help the others improving the world in which we live in, and at the same time raising money for Aspropace.

We will focus on the communication campaign produced by “Solidariza tu energía” and on the events made in favour of the association.

## 1. Introducción

Aspropace nace en febrero de 1979 en Castellón, como una fundación local sin ánimo de lucro, suponiendo una iniciativa de un grupo de padres con hijos afectados de parálisis cerebral que ven la necesidad de fundar un centro escolar y de rehabilitación para cubrir las necesidades más imperiosas de estos niños. Durante 30 años, Aspropace ha creado una estructura que ha permitido a las personas afectadas de parálisis cerebral y a sus familias conseguir una mayor calidad de vida.

La Asociación gestiona directamente un Centro de Atención Temprana, un Centro Escolar, un Centro de Día y una Residencia, donde los usuarios reciben tratamientos especializados de fisioterapia, comunicación y logopedia, además de hidroterapia y otros servicios complementarios a través de la piscina adaptada. Actualmente atiende a más de 100 usuarios y cuenta con un equipo de más de 60 profesionales.

El proyecto, durante este tiempo, si bien funcionó bien, no llegó a conseguir acertar con la política adecuada para la captación de recursos económicos. El año 2013 supone un punto de inflexión en la filosofía de la ONG con la adaptación de la estrategia comunicativa impulsada por Susana Fabregat y su campaña "Solidariza tu energía". La periodista, a raíz de su amistad con una familia con una hija con parálisis cerebral, tiene conocimiento de la inminente clausura de la piscina del centro y decide implicarse en el proyecto, luchando para la captación de fondos, poniendo a disposición de Aspropace sus conocimientos profesionales mediante la realización de una campaña de comunicación basada en la sensibilización.

Uno de los principales objetivos del proyecto es romper con el discurso general de la queja creando uno nuevo, positivo, que permita ilusionar a la gente y convencerles de que, con pasión y esfuerzo, se puede ayudar a los demás y mejorar poco a poco el mundo en el que vivimos. Con este fin se crea, en primer lugar, unas pulseras solidarias con palabras serigrafadas que crean una corriente de energía positiva a quienes las llevan. La campaña, al mismo tiempo que recauda fondos para Aspropace, transmite mensajes de energía y positividad, con el objetivo de aportar un pequeño granito que permita mejorar la actitud vital de quienes las compran.

Los *valores* de este proyecto vienen bien reflejados en los mensajes que sus pulseras transmiten: pasión, constancia, esfuerzo, coraje, motivación, superación, ilusión, positividad. Si se es solidario se genera toda una corriente de energía hacia la sociedad, se contagian los valores plasmados en las pulseras. De ahí, el origen, el eje de comunicación de la campaña "Solidariza tu energía" que a continuación nos disponemos a describir.

## 2. Desarrollo del caso

La crisis económica iniciada en 2008 ha provocado importantes recortes en los gastos de personas y familias. En España, muchas ONGs están empezando a notar estos recortes especialmente con el cese de muchos de sus socios y sus correspondientes cuotas económicas. La Fundación Lealtad publicó a finales del año pasado un el informe "Las ONG españolas ante la crisis (2007-2013): Análisis de la evolución de las ONG de la Guía de la Transparencia". Tras auditar a más de 180 ONGs la Fundación Lealtad establece un análisis pormenorizado de los efectos de la actual situación económica en estas fundaciones.

La investigación concluye que las ONGs medianas y grandes han experimentado un mayor debilitamiento debido a la caída anual del 10% de los fondos públicos y la reducción en un 26% de las aportaciones de empresas, bancos y cajas. Los vaivenes de la crisis económica han pulverizado algunas de las subvenciones más importantes de estas entidades. Son decenas las organizaciones que están pendientes de recibir las partidas acordadas en el presupuesto anterior y otras tantas las que se han quedado sin ellas.

En este contexto, las ONGs mejor posicionadas frente a la crisis son las entidades pequeñas con una financiación diversificada y que han destinado más recursos en el pasado a la captación de fondos privados. El recorte de los fondos públicos ha contrastado con la fidelidad de los socios que incluso han crecido contrastando con caída anual de los fondos públicos y debilita a quienes dependen de estas ayudas.

La disminución del presupuesto afecta de manera directa al trabajo de las organizaciones y los servicios que prestan, incrementados por el aumento del volumen de ayuda demandada. El informe de la Fundación Lealtad destaca los siguientes datos:

- Las ONG mejor posicionadas son las entidades pequeñas, que manejan menos de un millón de euros de presupuesto, y las muy grandes, que gestionan más de 25 millones de euros.
- Las ONG más vulnerables son las medianas y grandes, con presupuestos entre uno y 25 millones de euros.
- Cuatro de cada diez ONG analizadas sufre tensiones de liquidez.
- Una de cada dos ONG tiene un ratio de endeudamiento elevado.
- El 41% ha realizado ajustes en sus plantillas y ha tenido que reducir empleados remunerados.
- El crecimiento de socios se concentra en pocas ONG muy grandes, que ya contaban con una base social amplia.
- Las entidades que desarrollan sus programas en España tienen una situación financiera más delicada, al depender en mayor medida de la financiación autonómica y local.

En este contexto, si bien Aspropace, por sus dimensiones como ONG de ámbito local no ha sufrido con tanta virulencia los embistes económicos, también ha pasado serios apuros financieros. Así, en enero de 2013, Aspropace se vio obligada a cerrar la piscina al no poder costear su mantenimiento, siendo este recurso fundamental para la mejora de la calidad de vida de los enfermos de parálisis cerebral.

La parálisis cerebral es una discapacidad producida por una lesión en el cerebro sobrevenida durante la gestación, el parto o durante los primeros años de vida del niño. Generalmente conlleva una discapacidad física en mayor o menor grado, pero también puede ir acompañada de una discapacidad sensorial y/o intelectual. La mitad de las personas con parálisis cerebral tiene discapacidad intelectual, el 33% necesita asistencia en sus desplazamientos y el 25% requiere sistemas auxiliares de comunicación. Según los especialistas, la mayor parte de estos enfermos, necesitan de sesiones de rehabilitación donde la hidroterapia practicada en las piscinas adaptadas resulta fundamental.

La campaña “Solidariza tu energía”, en sus orígenes, pretendió exclusivamente la captación de fondos para activar el funcionamiento de las sesiones de hidroterapia en la piscina adaptada de Aspropace. El éxito cosechado hizo posible que en noviembre del año 2013 se reabriera la piscina cumpliendo los sueños de más de 40 niños y familiares. Posteriormente, dada la exitosa acogida que tuvo la campaña, se dio continuidad al proyecto, planteando objetivos más ambiciosos, generando una nueva fuente de recursos económicos para diferentes proyectos de Aspropace. La acción más extendida es la venta de pulseras con mensajes que transmiten energía y positivismo. El adorno es confeccionado con un material elástico y dispone de gran variedad de diseños y mensajes, todos ellos fundamentados en la trasmisión de valores (Figura 1).

**Figura 1.** La pulsera



Fuente: Facebook “Solidariza tu energía” (2015)

Los diseños se van renovando y adaptando a la temática de las festividades locales, como la fiesta tradicional de La Magdalena, partidos del Villarreal Club de Fútbol, Navidad, etc. Las pulseras tienen un precio único de 2€ íntegramente destinado a la Fundación Aspropace.

Acompañando al producto estrella, en los últimos meses se ha sacado una línea de camisetas y sombreros bajo el mismo lema. Se pueden adquirir exclusivamente en determinados eventos como: Chococas (feria del chocolate de Castellón), mercadillos solidarios, desfiles de moda organizados por El Corte Inglés, diversas competiciones deportivas, torneos de pádel, conciertos y eventos culturales. Además, existe un “stand” abierto de forma continua en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universitat Jaume I en donde se pueden adquirir estos productos.

El poder de las redes sociales ha sido una parte fundamental del proyecto ya que la campaña se da a conocer a través del Facebook y Twitter. Así se consigue compartir la información de los proyectos que se llevan a cabo, las acciones que se realizan y las personas que colaboran. A través de las redes sociales, se pretende mandar un mensaje directo, realista y conciso, siempre transmitido desde el corazón. En ambos perfiles se muestran fotos y se proporciona información de los eventos realizados por Susana Fabregat y con la colaboración ocasional de voluntarios (Figura 2 y 3).

La campaña ha contado con el apoyo de diversas personalidades que han querido sumarse a la causa, como: Rafa Nadal, Dani Rovira, Clara Lago, Jordi Cruz, Miguel Ángel Silvestre, Arturo Valls, Rosario, varios jugadores de la plantilla del Villarreal Club de Fútbol, entre otros, y así poder aportar su granito de arena a que la campaña y la causa pueda tener el mayor alcance posible formando una cadena de solidaridad infinita (Figura 4).

Figura 2. Twitter “Solidariza tu energía”



Fuente: Facebook “Solidariza tu energía” (2015)

Figura 3. Facebook “Solidariza tu energía”



Fuente: Facebook “Solidariza tu energía” (2015)

**Figura 4.** Galaxia de Solidaridad

Fuente: Facebook “Solidariza tu energía” (2015)

El equipo de “Solidariza tu energía” está poniendo a punto la apertura de un sitio web en el cual, pretenden dar a conocer su proyecto, los eventos que realizan, y que desde cualquier rincón de España puedan hacerse con una pulsera y así contribuir con Aspropace. Actualmente, se está trabajando en un proyecto musical navideño.

“Solidariza tu energía” ha recaudado aproximadamente 32.000 € a beneficio de la Fundación Aspropace y ha conseguido además 20.000 € aportados por la Fundación BBVA. Gracias a los esfuerzos de Susana Fabregat y todo su equipo se ha conseguido volver a abrir la piscina del centro de Aspropace y se puede costear su mantenimiento.

Los fondos recaudados también se van a destinar en la adquisición de dispositivos electrónicos con el fin de mejorar el aprendizaje de los niños usuarios de los servicios de Aspropace.

Las perspectivas de futuro de la fundación no distan mucho de las actuales, transmitir el positivismo en esta época de crisis, y seguir recolectando el dinero suficiente para llevar a cabo los proyectos establecidos y que la causa sea más conocida y compartida por la población española y mundial.

### 3. Preguntas/cuestiones para la discusión

**Cuestión 1.** *¿Qué estrategia de marca sigue el proyecto “Solidariza tu energía”?*

**Cuestión 2.** *¿Existe algún conflicto en el canal de distribución? Si es así, ¿Cómo se pretende solucionar?*

**Cuestión 3.** *Diseña otras acciones de comunicación que siguiendo la filosofía del proyecto podrían abordarse en la campaña “Solidariza tu energía”.*

Cada una de las tres preguntas planteadas puede dar lugar a distintas respuestas. Deben ser contestadas teniendo en cuenta tanto los contenidos precedentes como otras informaciones y experiencias propias en relación a la campaña objeto de estudio, o bien otras con similitudes o analogías.

#### 4. Conclusiones

Se ha elegido este proyecto, para dar a conocer a una ONG pequeña, sin pocos recursos y que necesita de una mayor difusión local y nacional.

La campaña supone una plataforma de obtención de recursos que permite mejorar la calidad de vida a los afectados y a sus familias además de concienciar a la sociedad sobre la enfermedad de la parálisis cerebral. En la actualidad sigue existiendo mucho desconocimiento sobre esta enfermedad, siendo un tabú social, provocando la incompreensión social. En opinión de Susana Fabregat, se hace necesario: “Ejercer una importante labor informativa y de concienciación social. Hay que eliminar miedos y estereotipos. Si se conjugan el poder de las palabras, la unión de las personas y el poder de las redes sociales, cualquier reto es alcanzable”. “Solidariza tu energía” supone el desarrollo de una auténtica cadena de solidaridad e ilusión que día a día va implicando a más personas. Esperamos que este trabajo permita a Aspropace alcanzar cierta notoriedad fuera de Castellón y, por lo tanto, mayor apoyo social y administrativo.

“Actitud *positiva* en el día a día, *Esperanza* y sobretodo, *Energía*”, esto significa ser de la comunidad “Solidariza tu energía”.

#### Bibliografía

- ASPACE (2012). ‘¿Qué es la parálisis cerebral?’. Consultado en [<http://www.aspace.org/paralisis-cerebral/que-es>] [28/10/2015].
- ASPACE (2012). ‘Algunos datos sobre la parálisis cerebral’. Consultado en [<http://www.aspace.org/component/content/article/10-confederacion/412-algunos-datos-sobre-la-paralisis-cerebral>] [20/10/2015].
- ASPACE (2012). ‘Descubriendo la parálisis cerebral’. Consultado en [<http://www.aspace.org/aspace/news/publicaciones/DESCUBRIENDO%20P.%20CEREBRAL.pdf>] [10/10/2015].
- Fundación Lealtad (24/01/2014). ‘Las ONG españolas ante la crisis (2007-2013): Análisis de la evolución de las ONG de la Guía de la Transparencia’. Consultado en [<http://www.fundacionlealtad.org/web/jsp/medios/detalleDossierImp?idDossier=2331&fechaSeleccionada=>] [14/10/2015].
- Mutua Madrileña (Marzo 2014). *El impacto de la crisis en las ONGs*. Consultado en [[http://www.corresponsables.com/download/El\\_impacto\\_de\\_la\\_crisis\\_en\\_las\\_ONG.pdf](http://www.corresponsables.com/download/El_impacto_de_la_crisis_en_las_ONG.pdf)] [8/10/2015].
- TEDx Talks (01/10/2014). *El poder de las ideas en acción: Susana Fabregat at TEDxCastellon*. Consultado en [<https://www.youtube.com/watch?v=WLueesrpisw>] [2/11/2015].
- Álvarez Martínez-Nieto, T. (04/03/2015). ‘SOS de las ONGs: el 25 % desaparece por falta de financiación’ Consultado en [[http://cincodias.com/cincodias/2015/03/03/emprendedores/1425417724\\_300991.html](http://cincodias.com/cincodias/2015/03/03/emprendedores/1425417724_300991.html)] [30/10/2015].