



# Tabla de contenidos

---

- 01**      Introducción
- 02**      Sobre Alzheimer's Disease International
- 03**      Sobre el Mes Mundial del Alzheimer
- 04**      Organizar un acto presencial
- 05**      Actos presenciales: Qué hacer antes del acto
- 06**      Actos presenciales: Qué hacer durante y después del acto
- 07**      Organizar un acto virtual
- 08**      Actos virtuales: Cuándo organizarlos
- 09**      Actos virtuales: Durante el día y después del acto
- 10-11**    Actos presenciales y virtuales: Medir el éxito
- 12-13**    Sensibilización: Iluminación de edificios, hitos y monumentos
- 14**      Sensibilización: Caminatas por la Memoria
- 15-16**    Recaudación de fondos: Recaudación de fondos en su evento

# Introducción

La enfermedad de Alzheimer y otras formas de demencia afectan a millones de personas en todo el mundo. **Se calcula que en 2050 habrá 139 millones de personas con demencia.**

La sensibilización, la lucha contra el estigma y el apoyo a los más afectados son esfuerzos cruciales que van más allá del Mes Mundial del Alzheimer.

Este kit de herramientas ha sido diseñado para proporcionarle más información sobre la planificación, organización y celebración de eventos y actividades de recaudación de fondos con éxito, no sólo durante el Mes Mundial del Alzheimer, sino también a lo largo de todo el año para diversas campañas e iniciativas.

La organización y celebración de actos de concienciación, recaudación de fondos y Caminatas por la Memoria, tanto en línea como presenciales, contribuyen significativamente a estos esfuerzos colectivos y generan recursos muy necesarios para la investigación, el apoyo y la defensa.

En este documento, encontrará consejos prácticos para crear eventos atractivos en línea y en persona; abogar por que se iluminen lugares emblemáticos, monumentos y edificios para concienciar sobre la demencia durante el Mes Mundial del Alzheimer, más información sobre los Caminatas por la Memoria e ideas para iniciativas de recaudación de fondos.

Desde instrucciones detalladas sobre la planificación y promoción de eventos hasta consejos para atraer a su público y maximizar su impacto, este documento pretende dotar a particulares, asociaciones miembros de ADI, organizaciones y empresas de los conocimientos y recursos necesarios para crear experiencias significativas y memorables para los más afectados por la demencia en las comunidades locales, regionales y nacionales.

# Sobre Alzheimer's Disease International

ADI es la federación internacional de 105 asociaciones de Alzheimer y de demencia en todo el mundo, en relaciones oficiales con la Organización Mundial de la Salud (OMS). La visión de ADI es **la prevención, la atención y la inclusión hoy, y la curación mañana.**

ADI cree que la clave para ganar la batalla contra la demencia radica en una combinación única de soluciones globales y conocimiento local. Como tal, ADI está trabajando localmente, empoderando a las asociaciones de Alzheimer y de demencia para promover y brindar atención y apoyo a las personas con demencia y a sus cuidadores, mientras trabaja a nivel mundial para llamar la atención sobre la demencia y hacer campaña para cambios de política pública de parte de los gobiernos.

La **[lista de los miembros de ADI](#)**, así como el equipo de ADI, se puede encontrar en **[nuestro sitio web](#)**.



ADI aboga por la aplicación del **Plan de Acción Mundial Sobre la Respuesta de Salud Pública a la Demencia 2017-2025**, adoptado universalmente por los Estados miembros de la OMS en mayo de 2017. Los 194 Estados miembros de la OMS se han comprometido con siete áreas de acción: hacer de la demencia una prioridad de salud pública; aumentar el conocimiento y la concienciación sobre la demencia; reducir el riesgo de demencia; diagnosticar, tratar y gestionar la demencia; apoyar a los cuidadores; sistemas de información; e investigación e innovación. El Plan contiene objetivos para cada área que los gobiernos deben alcanzar para 2025.

Desde su lanzamiento en 2017, ADI ha publicado una serie de informes llamados **[From Plan to Impact](#)** (Del Plan al Impacto), que documentan el progreso de los Estados miembros hacia el logro de los objetivos establecidos en el plan.

ADI también está comprometido con la sensibilización y la desestigmatización de la enfermedad de Alzheimer y la demencia a través de diversas actividades, pero especialmente a través de su campaña del Mes Mundial del Alzheimer.

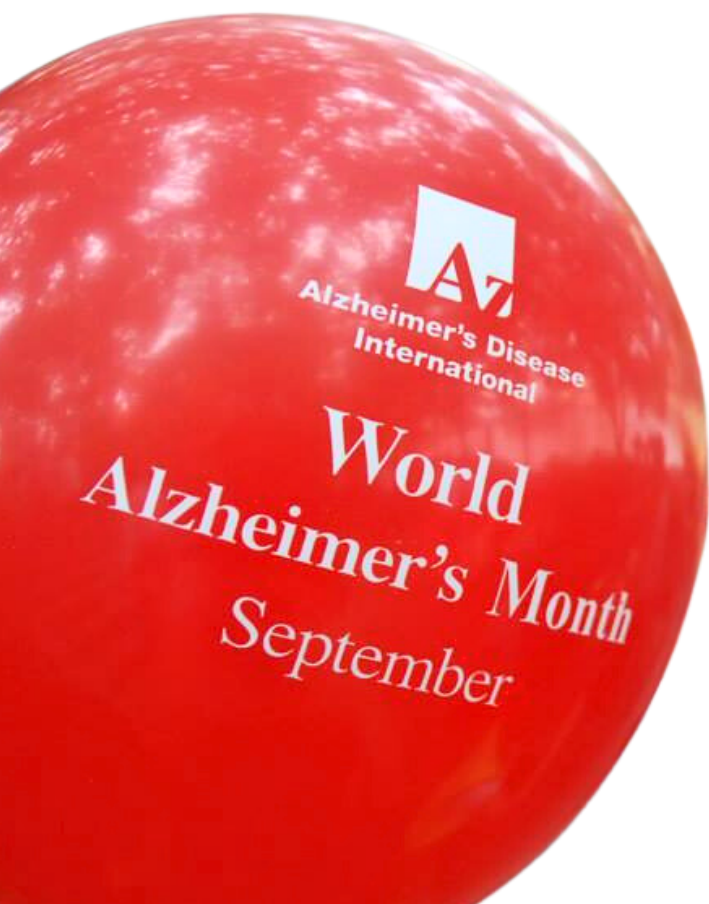
# Sobre el Mes Mundial del Alzheimer

Septiembre de 2023 marca el 12º aniversario del Mes Mundial del Alzheimer, nuestra campaña internacional de concienciación y lucha contra el estigma.

En 2022, **más de 111 países** participaron en actos de promoción, recaudación de fondos y sensibilización con motivo del Mes Mundial del Alzheimer, y muchos de ellos trabajaron para aumentar la sensibilización general y pedir más apoyo para los más afectados en sus comunidades.

El mes de actividades muestra una verdadera respuesta a nivel mundial, regional, nacional y local para promover la concienciación sobre la demencia y lo que podemos hacer para ayudar a apoyar a quienes viven con la enfermedad, ahora y en el futuro.

Sólo mediante una mayor concienciación habrá más personas que busquen información, asesoramiento y apoyo. Con el potencial de mejorar los índices de diagnóstico, fomentar la investigación en áreas como la reducción de riesgos y hacer frente a la creciente demanda de acceso a tratamientos y cuidados, el Mes Mundial del Alzheimer nunca ha sido tan importante.



**Más información** sobre el tema del Mes Mundial del Alzheimer de este año



**Descargue** los materiales del Mes Mundial del Alzheimer de este año



**Lea** las preguntas más frecuentes en torno al Mes Mundial del Alzheimer

# Organizar un acto presencial

Organizar un evento de éxito puede ser una forma eficaz de compartir su mensaje con su público objetivo y, al mismo tiempo, aumentar su notoriedad pública.

Para garantizar una experiencia memorable y atractiva para sus asistentes, es importante comunicar claramente el propósito del evento, avisar con suficiente antelación y organizar bien la jornada. Basándonos en la experiencia de algunos miembros de ADI, hemos reunido una serie de consejos prácticos e ideas que le ayudarán a planificar y llevar a cabo un evento de éxito que tenga eco entre su público y deje un impacto positivo y duradero.



Zimbabwe Alzheimer's and Related Disorders Association (ZARDA) organiza una merienda para la comunidad durante el Mes Mundial del Alzheimer.



En el Día Mundial del Alzheimer, 4-get-me-not (Emiratos Árabes Unidos) organiza una bolera para sensibilizar a la población.



El Instituto para la Enfermedad de Alzheimer y Neurociencia (Macedonia del Norte) montó una caseta informativa con motivo del Día Mundial del Alzheimer.



La Gibraltar Alzheimer's and Dementia Society (GADS) organiza una Caminata por la Memoria en el Día Mundial del Alzheimer, en la que participa el gobernador Sir David Steel.



La Asociación Alzheimer Bolivia muestra carteles para llamar la atención sobre el Día Mundial del Alzheimer.



La Alzheimer's Disease Foundation (Nigeria) organiza una sesión de concienciación con miembros de la comunidad de ancianos durante el Mes Mundial del Alzheimer.

# Actos presenciales: Qué hacer antes del acto

En esta sección encontrará consejos sobre la preparación de su acto, como la identificación del público objetivo y las asociaciones, el establecimiento de objetivos alcanzables, la delegación de responsabilidades, etc.

- **Identifique tanto a su público objetivo como a sus posibles colaboradores:** Decida a quién quiere influir con su campaña: a los responsables políticos o a la comunidad en general. A continuación, identifique a las personas y organizaciones interesadas en planificar actividades para el Mes Mundial del Alzheimer y establezca asociaciones con ellas.
  - Algunas ideas son: hospitales, grupos de personas mayores, colegios, institutos, universidades, grupos de mujeres y LGBTQIA+, grupos religiosos, organizaciones benéficas dedicadas al envejecimiento, las que trabajan con enfermedades no transmisibles y grupos de salud mental.
- **Elija una actividad con objetivos claramente definidos y alcanzables:** Sin objetivos, no podrá medir si su acto ha sido un éxito o no. Por ejemplo, organizar un acto al que asistan 50 personas o conseguir la asistencia de un alto cargo.
- **Sea realista sobre lo que su asociación puede emprender:** No hay que subestimar los recursos humanos y financieros necesarios. Es mejor organizar un evento pequeño y exitoso que uno más grande y caótico.
- **Publicite, publicite y publicite su evento:** Utiliza las redes sociales, folletos, carteles, anuncios en televisión y radio, periódicos y boletines informativos para asegurarse de que el mayor número posible de personas conoce su evento y quiere asistir.
- **Delegue:** Deje claro quién es responsable de qué. Asigna funciones, fija plazos para completar las tareas y celebra reuniones periódicas para comprobar los avances.
- **Invite a gente a su acto:** A quién invite dependerá de su público objetivo. Por ejemplo, si aboga por que su gobierno ponga en marcha un Plan Nacional de Demencia, debería invitar al máximo responsable sanitario del gobierno, como un Ministro de Salud. Las propias invitaciones sirven para concienciar y animar a la gente a participar. Una llamada telefónica de seguimiento suele ser una herramienta eficaz.

# Actos presenciales: Qué hacer durante y después del día

Esta sección ofrece orientación para el día y después del acto, incluida la asignación de funciones para garantizar una buena organización, asegurarse de que se cumplen los objetivos durante el acto y evaluar el éxito una vez finalizado.

- **Es fundamental que el acto se desarrolle sin contratiempos**, tanto si es presencial como virtual: Celebre una reunión antes del acto con todos los implicados para repasar el programa del día, los datos de contacto del personal clave y los preparativos para los medios de comunicación.
- **Asegúrese de que los miembros de su equipo o los voluntarios** estén bien informados de sus responsabilidades: Esto incluye qué hacer en caso de emergencia y cuál es el mensaje que se intenta transmitir a los asistentes. Son embajadores de su asociación.
- **Destaque el aspecto global del Mes Mundial del Alzheimer** y/o el impacto de la demencia en su comunidad, región o país: Llame la atención sobre el trabajo realizado tanto por su asociación como por ADI, así como sobre hechos y cifras relevantes en torno a la demencia.
- **Involucrar a los medios de comunicación:** Informe a sus portavoces y a su fotógrafo. Los portavoces deben tener una lista de temas de conversación y conocer bien sus mensajes clave. El fotógrafo debe saber lo que se espera de él.
- **No olvide dar las gracias a todas las personas que han hecho posible** y memorable su acto: Esto puede incluir a patrocinadores, invitados y voluntarios. Esto hará que la gente se sienta valorada y les animará a apoyar a su asociación en el futuro.
- **Evalúe sus actividades. Esto puede hacerse fácilmente preparando un sencillo cuestionario que recoja las opiniones de los ayudantes y los participantes.** ¿Se han alcanzado los objetivos definidos? ¿Qué fue un éxito y cuáles son los puntos de aprendizaje? ¿Los asistentes comprenden mejor la demencia? ¿Se ha respondido a sus preguntas? Este proceso es esencial para aprovechar los logros en futuras campañas.



# Organizar un acto virtual

Desde COVID-19, los eventos virtuales se han convertido en una forma popular de llegar al público, ya sea en la comunidad local o en todo el mundo. Si se planifican y ejecutan bien, pueden transmitir eficazmente su mensaje y crear una experiencia memorable para todos los participantes.



## Actos virtuales

### Elegir una plataforma

La siguiente selección de plataformas de eventos virtuales ha sido probada por muchas organizaciones, entre ellas ADI y nuestras asociaciones miembro. Sin embargo, con la creciente demanda de interacciones virtuales, se han desarrollado numerosas plataformas y aplicaciones, por lo que siempre merece la pena dedicar algo de tiempo a explorar las posibles opciones.

Al elegir una plataforma de alojamiento, asegúrese de que sea segura y, si es posible, permita la protección mediante contraseña. También es importante comprobar que ofrece las funciones necesarias para su evento o reunión, como chat, preguntas y respuestas, encuestas en directo, pantalla compartida, diapositivas, vídeos y salas de reuniones.

Estas funciones interactivas pueden ser cruciales para captar la atención del público y recoger sus opiniones. También conviene tener en cuenta las necesidades específicas de su público y la importancia de los distintos elementos interactivos, sobre todo si la plataforma es apta para personas con demencia.



**Zoom:** adecuado para grandes eventos; diversas opciones de suscripción, incluida una versión gratuita con capacidad para 100 participantes.



**Google Hangouts:** Gratuito; adecuado para pequeñas reuniones o llamadas, hasta 25 participantes de vídeo pero hasta 150 personas pueden participar en el chat.



**Skype:** Gratuito; adecuado para pequeñas reuniones o llamadas, hasta 50 personas.



**WhatsApp:** Gratuito; adecuado para pequeñas reuniones o llamadas.

# Actos virtuales

## Cuándo organizarlos

Una vez definida la audiencia del acto y elegida la plataforma, la siguiente consideración es cuándo programarlo.

Si se dirige a un público internacional, una buena opción podría ser una hora que abarque el mayor número de zonas horarias. Una aplicación como Timeanddate.com puede ser útil para que su público sepa cuándo se celebra el acto en su zona horaria.

Si su acto está dirigido a personas de su zona, región o país, considere si es mejor celebrarlo fuera del horario laboral o durante la hora de la comida, sobre todo si el acto no dura más de una hora. Investiga para asegurarse de que ese día no se celebran otros acontecimientos importantes o días festivos que puedan desviar la atención de su acto.

Compartir comentarios o imágenes durante el evento, a través de las historias de Twitter o Instagram, así como poner a disposición grabaciones, son una forma útil de llegar a un público más amplio y conseguir más espectadores una vez pasado el evento.



## Promoción y publicidad

### Conseguir apoyo para su acontecimiento

Este paso no debe pasarse por alto. Con tantos eventos que se celebran ahora en Internet, es importante que los promocióne de forma eficaz para que aparezcan pronto en los calendarios de la gente.

Asegúrese de proporcionar información clave sobre el evento, como tarifas o donaciones, ponentes, actividades, duración y motivación del evento. Plataformas como Eventbrite, o incluso una simple hoja de Excel, pueden ser útiles para recopilar información, como nombres y ocupación, para saber a quién esperar ese día.

Es importante seleccionar los canales más eficaces para enviar esta información. Las redes sociales, el correo electrónico y los boletines electrónicos son un buen punto de partida, pero es importante adaptar la información a cada canal de comunicación.

La creación de gráficos claros y llamativos es una forma eficaz de captar la atención, y puede utilizar contenidos de vídeo para explicar la inscripción y presentar los objetivos del evento, básicamente para despertar el interés y la ilusión de la gente por el evento. También es una buena forma de recaudar fondos.

# Actos virtuales

## Durante el día

Lo más importante es que el acto sea atractivo. Un público participativo tiene más probabilidades de llevarse algo del evento y, lo que es más importante, de hacer donaciones. Al igual que en un acto en directo, plantee preguntas al público a través de las funciones de chat, preguntas y respuestas o encuestas. Fomente el debate y el intercambio de conocimientos, ideas y experiencias. Para ello, divida el debate en grupos más pequeños y seleccione a ponentes que puedan preparar previamente sus puntos de vista.



Fija una hora clara y divide la sesión en la medida de lo posible si va a durar más de una hora. Será difícil mantener la atención del público durante los actos que duren más de 90 minutos, por lo que recomendamos limitarlos a 60-75 minutos si es posible. Es importante prever descansos y animar a los asistentes a levantarse y estirarse si la sesión se desarrolla predominantemente sentados. Asegúrese también de repasar las normas generales de organización para que el acto se desarrolle sin contratiempos.

# Actos virtuales

## Después del acto

Lo más importante después de un acto es dar las gracias a los asistentes, incluidos los organizadores, participantes, ponentes y patrocinadores. Hacer un resumen del acto también puede ser una forma útil de dejar a los asistentes con resultados definidos.

Anime a compartir el acto en las redes sociales, incluyendo la grabación y/o las diapositivas. Una encuesta puede ser útil para saber qué se puede mejorar para la próxima vez, y también para proporcionar testimonios a los financiadores.

Asegúrese de tener los permisos correctos para guardar los datos de los participantes y pídale que se inscriban para futuros envíos, de acuerdo con la normativa internacional de protección de datos.

# Actos presenciales y virtuales: Medir el éxito

A menudo se pasa por alto la medición del impacto de los eventos, pero es importante para comprender su éxito, ver qué aspectos pueden mejorarse y asegurarse de que se han alcanzado los objetivos fijados.

Una planificación eficaz es clave para el éxito de un acto, y esto incluye una evaluación continua. Empiece por averiguar quién es su público objetivo y qué quiere conseguir con su evento, ya que esto le ayudará a medir el impacto del mismo.

El enfoque de su medición dependerá de con quién comparta los resultados del evento, que puede incluir patrocinadores, la junta directiva de su organización o las personas que participaron en el evento.

Para crear un informe exhaustivo, evalúe todos los aspectos de su evento. Para cada aspecto, fija unos objetivos y decide cómo medirá si se han alcanzado.



## Impacto y éxito

### Crear una estrategia de evaluación

#### Primer paso: Planificación

- Haga un calendario de su evento
  - Después del acontecimiento, revise si el calendario era realista. ¿Ha tenido que modificar algo?
  - ¿Qué opinan los implicados sobre el desarrollo del plan?

#### Segundo paso: Personas implicadas

- Enumera todas las personas y organizaciones con las que contactó para que participaran en su acto.
  - Después del acto, enumera todas las personas y organizaciones que acudieron.
  - ¿Qué funciones desempeñaron?
  - Anota sus opiniones sobre el acto. ¿Qué les gustó y qué no? ¿Qué funcionó bien y qué no?

### Paso 3: El acto

- Registre los detalles de los lugares, instalaciones y materiales utilizados
  - ¿Cuánto material distribuyó en el acto?
  - Hacer fotos del acontecimiento
  - Realizar un estudio de observación de la respuesta de los grupos destinatarios
  - Registrar la cobertura mediática que generó: por ejemplo, palabras pronunciadas, número de reportajes, número de palabras escritas

### Cuarto paso: Su público

- Indique quién es su grupo destinatario
- Utilice encuestas para averiguar a cuántas personas ha llegado el acto, si sabían que era el Mes Mundial del Alzheimer, si han participado, qué medidas han tomado
- Anote con cuántas personas ha hablado, cuántos folletos ha repartido...

### Paso cinco: Medios de comunicación

- Cuando evalúe los resultados de su cobertura mediática, no se limite a medir el número de artículos o entrevistas en televisión.
  - Desarrolle un sistema de puntuación para evaluar la calidad en función del número de mensajes clave comunicados.
  - ¿La cobertura mediática fue positiva o negativa?



## Mantener el contacto con los asistentes

- Recopile los datos de contacto ese mismo día y envíeles una circular o un correo electrónico agradeciéndoles su participación y dándoles su opinión sobre el acto. Cuénteles lo más destacado, lo que ha conseguido y lo que puede estar planeando para el año que viene.
- Recuerde de enviar puntualmente toda la información que haya prometido.
- Invite a las personas que participaron en su acto a que vuelvan a hacerlo al año siguiente.



# Sensibilización

## Iluminación de edificios, hitos y monumentos

En vísperas del Mes Mundial del Alzheimer y del Día Mundial del Alzheimer, animamos a nuestras asociaciones miembro a solicitar que se iluminen lugares emblemáticos, edificios y monumentos para conmemorar el mes o el día.

Los colores elegidos suelen representar a la asociación o el simbolismo de la demencia en el país respectivo, sirviendo como gesto visual de la dedicación de un país a apoyar a las personas que viven con demencia y a sus cuidadores. Para muchos países y asociaciones suele ser un tono de morado.

A la hora de elegir un edificio, punto de referencia o monumento, es fundamental tener en cuenta su visibilidad para el público en general y su popularidad. Si elige un lugar emblemático y fácilmente reconocible, puede contribuir a concienciar y fomentar un mayor sentimiento de unidad y apoyo dentro de su comunidad.

Tenga en cuenta que, en el caso de muchos edificios emblemáticos, el proceso es largo y estricto. Intenta hacer su solicitud pronto y con tiempo suficiente antes del Mes Mundial del Alzheimer y del Día Mundial del Alzheimer.



*La Asociación de Alzheimer de Japón (AAJ) ilumina de naranja edificios y monumentos con motivo del Día Mundial del Alzheimer*



*Al Oun For Alzheimer's Patient Care Association (Jordania) tiene la Ciudadela de Jordania iluminada en morado por el Día Mundial del Alzheimer.*



*Los edificios de Viseu (Portugal) se iluminan de color morado con motivo del Día Mundial del Alzheimer gracias a los esfuerzos de Obras Sociais Viseu.*



*La Asociación Lucha contra el Mal de Alzheimer (A.L.M.A) ha iluminado de morado monumentos como el Puente de la Mujer, en Buenos Aires.*

# Sensibilización

## Consejos para iluminar con éxito

- **Los responsables de los monumentos reciben muchas solicitudes** para "iluminarlos" en reconocimiento de distintos acontecimientos y causas, especialmente desde la pandemia de COVID-19. Algunos monumentos no lo facilitan por tratarse de edificios "catalogados" que ya cuentan con una colaboración con una organización benéfica concreta o porque no quieren pagar. Es posible que algunos monumentos no lo faciliten por tratarse de edificios "protegidos", por tener ya una asociación con una determinada organización benéfica o por no querer cobrar por ello. No se desanime si rechazan su solicitud.
- **Siempre es aconsejable llamar por teléfono.** También puede consultar la página web del monumento. Algunos de ellos, como el Empire State Building, tienen una sección dedicada a las solicitudes de iluminación. Si no encuentra la información correcta, el correo electrónico es siempre la mejor opción.
- **La mejor persona con la que hablar variará siempre, pero el servicio de atención al cliente,** el departamento de operaciones o el departamento de publicidad son siempre un buen punto de partida y pueden orientarle en la dirección correcta. En los locales más pequeños, es probable que tenga que hablar con el gerente. Cuando escriba su solicitud, siempre es buena idea hacer que su correo electrónico o carta sea más personal, compartiendo sus razones para participar en la campaña y por qué es tan importante para usted. Utiliza sus contactos.
- **Si ha organizado la iluminación del edificio con mucha antelación (lo cual es aconsejable),** ponerse en contacto de nuevo cuando se acerque la fecha para asegurarse de que todo sigue en orden.



# Sensibilización

## Caminatas por la memoria

Una Caminata por la Memoria...Qué mejor manera de organizar un evento totalmente inclusivo, que a la vez sensibilice y recaude fondos. Además, caminar es un ejercicio estupendo y un gran complemento para la reducción de riesgos.

Las Caminatas por la Memoria se adaptan muy bien, resultan atractivas para todas las edades y capacidades, incluidos nuestros amigos caninos, y no es de extrañar que se hayan convertido en uno de los mejores momentos del Mes Mundial del Alzheimer.

Como todos los actos, las Caminatas por la Memoria requieren planificación y, a menudo, el permiso de las autoridades locales, sobre todo cuando hay muchos participantes. **Tendrá que pensar en un punto de partida y de llegada, un espacio de reunión para ambos, un mapa de ruta y marcadores, además de voluntarios entusiastas que ayuden a que todo vaya sobre ruedas.**

Visualmente, las caminatas y los caminantes **dan lugar a fotografías increíbles** para sus redes sociales y no olvide invitar a los medios de comunicación y a las celebridades locales a participar. Pida a los participantes que identifiquen a la persona por la que caminan y considere la posibilidad de utilizar marcos de cartón recortados para capturar fotos de todos los caminantes a su llegada, durante la ruta y después.

Además de la sensibilización, **las Caminatas por la Memoria pueden ser una forma muy eficaz de recaudar fondos para el trabajo de su asociación, para la investigación o para proyectos clave, como un centro de día.** Pida a la gente que se inscriba y animela a utilizar un formulario de patrocinio o un sitio web de recaudación de fondos para ayudar a recaudar fondos. Piensa en camisetas, certificados y medallas con su marca. Y rete a los participantes a fijarse un objetivo de recaudación.

A lo largo de los años, las Caminatas por la Memoria han crecido y crecido, y muchas se han convertido en eventos de mayor envergadura, con expositores, vendedores de comida y bebida y espectáculos. Son excelentes oportunidades para instalar stands informativos de su asociación y una ocasión para conocer al equipo.

**Y no olvide recoger algunos testimonios de la gente sobre su experiencia de la jornada,** algo que podrá utilizar en su evaluación y, lo que es más importante, en la planificación de la Caminata del año que viene.



# Recaudación de fondos

## Recaudación de fondos en su evento

La recaudación de fondos tiene el potencial de ser una parte importante de cualquier evento y puede tener un impacto increíble en futuras actividades y proyectos que aumenten la concienciación y reduzcan el estigma.

- **Sus metas y objetivos:** Cuando planifique un acto para recaudar fondos, es fundamental que establezca metas y objetivos claros. Por ejemplo, recaudar una cantidad específica de dinero para un proyecto concreto, aumentar la concienciación general sobre la demencia o atraer a un público concreto, como responsables políticos y miembros del gobierno. Estas metas y objetivos le permitirá medir el éxito de su acto y le ayudará a motivar a participantes, voluntarios y donantes para que contribuyan a un objetivo común.
- **El tipo de evento que quiere organizar:** Hay un sinfín de ideas para los diferentes tipos de eventos que puede organizar para ayudar a recaudar fondos, incluyendo Caminatas por la Memoria, subastas y rifas, ventas de pasteles y mucho más.
  - **Nuestro kit de recaudación de fondos del [Mes Mundial del Alzheimer](#)** está repleto de consejos y sugerencias útiles para impulsar su recaudación de fondos, durante y fuera del Mes Mundial del Alzheimer. Tanto si se trata de un individuo que se enfrenta al reto de su vida, como de amigos que desean reunirse o de una empresa que promueve una actividad de creación de equipos, nuestro kit de recaudación de fondos tiene algo para todos los gustos.
- **Su presupuesto y los recursos disponibles:** Es muy importante elaborar un presupuesto detallado que cubra todos los ingresos y gastos previstos, incluidos los costes del local, la comida y la bebida, el marketing y los permisos o licencias necesarios. Esto es aún más importante si recibe patrocinio, ya que los financiadores querrán saber en qué se ha gastado su dinero. Asegúrese de asignar los recursos con prudencia para poder equilibrar ingresos y gastos y, en última instancia, maximizar los fondos recaudados para su causa.
- **Promoción y marketing:** Para promocionar eficazmente su evento de recaudación de fondos, asegúrese de utilizar diversos métodos, como compartir contenidos atractivos en las redes sociales, enviar actualizaciones por correo electrónico, ponerse en contacto con los medios de comunicación locales sobre el evento, colaborar con empresas u organizaciones afines y colocar material promocional, como folletos y carteles, en zonas de la comunidad donde sea más probable que se vean.

- **Trabajar con patrocinadores y socios:** Asociarse con empresas locales o patrocinadores puede proporcionarle valiosa ayuda económica o recursos, como productos o servicios para su acto. Este tipo de asociaciones pueden contribuir a aumentar el alcance, la credibilidad y el éxito general de su acto. Cuando se dirija a posibles patrocinadores, asegúrese de que cuenta con una propuesta bien pensada que describa los beneficios de apoyar su acto y cómo su participación puede alinearse con sus propios valores u objetivos.
  - **Mantenga el interés de sus donantes potenciales:** Cuando se celebre el acto, no olvide mantener el interés de los donantes. Considere la posibilidad de incorporar elementos interactivos, como concursos o encuestas, compartir historias personales y destacar el impacto de su apoyo financiero. Mantener el compromiso de los donantes puede ayudar a fomentar una conexión emocional con su organización o causa, y anima a realizar contribuciones continuas y futuras.
  - **Seguimiento del acto:** Después del acto, muestra su agradecimiento a los donantes, voluntarios y simpatizantes enviándoles mensajes de agradecimiento personalizados, compartiendo los momentos más destacados del acto y reconociendo sus contribuciones en las redes sociales. Mantener abierta la comunicación ayuda a construir relaciones más sólidas y a crear una base de colaboradores entregados para futuros eventos y proyectos.
  - **Se puede mejorar:** Es igualmente importante que, una vez finalizado el acto, recabe la opinión de los asistentes, voluntarios y donantes. De este modo, podrá identificar los aspectos susceptibles de mejora para futuros actos, al tiempo que reconoce los éxitos de su evento.
-